돼지고기 소비촉진 및 수출전략 개발에 관한 연구

(사)한국육류유통수출입협회
한 국 양 돈 조 합 연 합 회

제 출 문

대한양돈협회 귀하

“돼지고기 소비촉진 및 수출전략 개발” 최종 보고서를 제출합니다.

2005년 3월 6일

연 구 기 관 : (사)한국육류유통수출입협회

협동연구기관 : 한국양돈협동조합연합회

연구 책임자 : 김 강 식(한국육류유통수출입협회)

연 구 원 : 정 선 현(한국양돈조합연합회)

양 형 조(한국육류유통수출입협회)

곽 영 택(한경대 강사)

연구보조원 : 강 두 열(한국양돈조합연합회)

한 덕 래(한국육류유통수출입협회)

목 차

제 1 장. 서 론

1. 연구의 필요성 1
2. 연구 목적 6
3. 주요 연구내용 7
4. 연구 범위 및 방법 8

제 Ⅱ 장. 소비자의 돼지고기 인식 및 소비촉진 방안

1. 돼지고기 소비동향과 형태
   1) 설문조사 요지 10
   2) 선호하는 육류 종류와 선호도 12
   3) 돼지고기의 구매패턴과 선호요리 16
   4) 돼지고기의 형태 24
   5) 돼지고기 브랜드 선호도 및 가격 프리미움 30
   6) 돼지고기 정보 입수방법 및 홍보..... 31

2. 돼지고기 소자 인식 및 소비홍보 촉진전략
   1) 돼지고기의 소비촉진 전략 일반론 34
   2) 소비자를 대상으로 지속적인 정보제공 시스템구축..... 35
   3) 다양한 홍보수단 개발 36
   4) 일반 소비자 접근 용이한 요리법 개발 37
   5) 캐치플레이즈 개발과 보급 37
   6) 홍보관련 전문인력 육성과 재정적 지원 38
   7) 돼지고기 소비촉진을 위한 종합 씽크탱크의 구축.....38

제 Ⅲ 장. 돼지고기 수출 현황과 효과적인 수출전략

1. 돼지고기 수출현황과 문제점

1) ‘00년도 이전 돼지고기 수출실적 40

2) ‘00년도 이후 돼지고기 수출실적과 현황 42

3) 돼지고기 수출진흥 추진 정책 53

4) 돼지고기 수출상의 문제점 58

2. 국내외 돼지고기 수출 여건과 가능성

1) 해외 주요 돼지고기 시장 및 수출 여건 64

2) 국내 돼지고기 수출여건 71

3) 돈육 수출가능국가의 수입 현황 및 시장분석 76

3. 주요 돼지고기 수출국가와의 시장개척 비교

1) 수출 가능국가에서의 수출경쟁국의 시장개척 현황 94

2) 주요 수출국가의 우리 나라에서의 시장개척 및 홍보 현황 96

4. 국내산 돼지고기 수출 전략 개발

1) 돈육 및 부산물 수출 전략 101

2) 가열처리 돈육 제품 수출전략 105

3) 도태돈 수출 전략 112

4) 국내 돈육의 수출증대를 위한 생산 및 홍보전략 118

Ⅳ. 요약과 결론

(참 고 문 헌)

(별첨 1) 필리핀 양돈농가 생산성 현황

(별첨 2) 국내 돼지고기 소비자 인식조사

제 1 장. 서 론

1. 연구의 필요성

1) 국내 돼지고기 소비 및 수출현황

○ 양돈은 생산농가에게 주 소득원으로, 소비자에게는 고 단백질의 공급식품으로서 역할을 해왔다. 이로 인해 사육두수는 계속 증가하였고, 소비량도 증가하여 (표 1)에서와 같이 2004년 생산량은 1990년에 대비하여 47.7% 증가한 747,858톤, 소비량도 69.8% 증가한 857,375톤에 이르고 있다.

○ 그러나 매년 돼지고기 소비량은 국내 생산량보다 증가율이 높았으며, 이로 인해 수입량도 WTO, DDA, FTA협정 등 수입 시장개방 여건과 더불어 소비량도 증가하여 2004년도에는 지난 1990년에 대비하여 69.8% 증가했다.

(표 1-1) 연도별 돼지고기 수급추이

(단위: 톤)

구분	공 급				수 요		재 고
	이월량	생산량	수입량	계	소비량	수출량	
‘90	1,511	506,507	2,583	510,601	504,799	5,802	-
‘95	6,731	639,336	34,407	680,474	661,710	14,346	4,418
‘97	3,842	698,729	68,805	767,534	698,261	51,624	17,649
‘00	25,000	714,445	95,891	835,336	779,908	16,156	39,272
‘03	57,673	782,572	60,790	901,035	834,059	27,144	39,832
‘04	39,832	747,858	108,830	896,520	857,375	14,399	24,746
증감(%) ('04/'03)	△69.1	△ 4.4	79.0	△ 0.5	2.8	△47.0	△37.9

※ 자료: 축산물수급자료, 농협중앙회.

※ 주 : ‘04년도 자료는 추정치임.

○ 특히 돼지고기 소비량은 (표 1-2)에서와 같이 744,930톤으로서 지난 1990년 502,216톤에 대비하여 48.3% 증가하였고, 소비량중 국내산이 차지하는 비율은 '04년 86.9%, '03년 93.0%으로서 매년 감소했다.

○ 한편 수출량은 '00년도 대일 수출중단이전까지는 증가 추세이었으나, '00년 3월 국내 구제역 발생에 따라 대일 수출이 중단됨으로서 감소하기 시작하여 지난 '98년 88,306톤에서 '04년 14,399톤으로 83.7% 감소 추세를 나타냈다.

(표 1-2) 연도별 국내산 돼지고기 소비 및 수출 추이

(단위: 톤)

구 분	공 급			수 요		재고량
	이월량	생산량	계	소비량(1인당:kg)	수출량	
'90	-	506,507	506,507	502,216 (11.715)	5,802	223
'95	-	639,336	639,336	624,990 (13.860)	14,346	-
'97	-	698,729	698,729	630,651 (13.724)	51,624	16,454
'00	15,000	714,445	729,445	674,017 (14.338)	16,156	39,272
'03	48,032	782,572	830,604	776,064 (16.219)	27,144	27,396
'04	27,396	747,858	775,254	744,930 (15.493)	14,399	15,925
증감(%) ('04/'03)	△43.0	△ 4.4	△ 6.7	△ 4.0 (△ 4.5)	△47.0	△41.9

※ 자료: 축산물수급자료, 농협중앙회.

※ 주 : ① '04년 자료는 추정치임. ② 소비량, 재고량및 이월량은 국내산을 의미함.

2) 돼지고기 소비 및 수출 촉진의 필요성

○ 우리나라는 전통적으로 돼지고기 소비가 삼겹살, 목심, 갈비에 편중되어 있고, 이용방법은 주로 구이용으로 소비되고 있다. 이로서 선호 부위에 대한 국내 생산량은 소비량에 대해 부족하여 소비량이 증가할수록 수입도 증가해야 하는 반면에, 비 선호 부위는 선호 부위를 수준으로 사육두수를 증가시켜, 돼지고기 생산량이 증가할수록 과잉 생산됨으로서 재고량이 증가하게 되어 결국 국내 양돈산업 발전에 저해 요인으로 작용하고 있다.

○ 국내 비 선호 부위는 소비량에 비해서 생산량이 부족했던 ‘90년대 이전까지만 해도 재고량 누적에 의한 문제가 재기되지 않았으나, ’97년 돼지고기 수입이 개방되고, 또 수입개방에 대응하기 위해 추진되었던 ‘00년 3월 대일 수출이 중단되면서 본격적으로 육가공업체의 골칫거리로 대두되었다.

○ ‘03년도를 기준하여 선호부위의 생산량은 (표 1-3)에서와 같이 453,266톤인 반면 소비량은 527,662톤으로서 74,313톤이 부족하였으나 비 선호 부위는 생산량은 329,306톤인 반면에 소비량은 303,957톤으로서 25,350톤이 과잉 생산되었다.

(표 1-3) 부위별 돼지고기 수급현황(‘03년 기준)

(단위 : 톤)

구분		합 계	비선호(수출)부위				선호부위					
			안 심	등 심	후 지	계	삼겹살	목 심	갈 비	전 지	잡 육	계
급	이월량	57,673	1,182	4,233	14,075	19,490	22,820	5,952	1,853	4,700	2,860	38,184
	생산량	782,572	12,912	115,664	200,730	329,306	133,272	68,710	62,058	125,055	64,171	453,266
	수입량	60,790	-	255	285	540	44,247	4,621	6,137	4,290	978	60,273
	계	901,035	14,094	120,152	215,090	349,336	200,339	79,283	70,048	134,045	68,009	551,723
수요	소비량	834,059	12,890	103,952	187,114	303,957	186,283	75,677	68,525	130,564	66,613	527,662
	수출량	27,144	-	11,645	15,499	27,144	-	-	-	-	-	-
	재고량	39,832	1,204	4,555	12,476	18,235	14,056	3,605	1,522	3,480	1,396	24,064
소비-생산		109,517	22	11,712	13,615	25,350	△53,011	△6,968	△6,467	△5,509	△2,442	△74,313

※ 주 : 한국육류유통수출입협회 추정치.

※ 산출근거 : 별첨 참조.

○ 더욱이 대일 수출 중단후 돼지고기 수급 불균형이 더욱 심화되면서 나타난 문제점으로서는 첫째, 국내 선호 부위의 가격(가치)는 상승한 반면, 비 선호는 재고량 증가로 인하여 가격(가치)은 더욱 하락하는 추세를 나타냈다.

즉 (표 1-4)에서와 같이 후지가격(가치)가 수출중단 이전 ‘00년 3,335원(지육가격 대비 128%)에서 ’04년도 2,740원(82%)로 82%(46%)로 감소한 반면에 삼겹살 가격(가

치)는 ‘00년 6,995원(지육가격 대비 269%)에서 ’04년도 9,440원(280%)로 35%(11%)로 증가했다.

그러나 목심과 갈비의 경우 비 선호 부위에 비해 소비 부진으로 인해서 ‘04년부터 ’00년도에 대비하여 가격과 가치가 감소한 것으로 나타냈다. 즉 특히 목심은 사양관리 소홀로 인한 마아블링이 떨어지고, 양돈농가의 사육 과중중 주사관리 부주의로 인한 목심에서 주사바늘이 발견되는 경우도 발생하였고 또 갈비는 많은 요식업체가 전지 끼어서 판매함으로서 소비자 선호도가 감소했다.

(표 1-4) 부위별 유통가격 추이

(단위 : 원/kg)

연.월	지육	비선호(수출) 부위			선호 부위			
		안심	등심	후지	삼겹살	목심	갈비	전지
2000. 3	2,601 (100)	5,780 (222)	5,102 (196)	3,335 (128)	6,995 (269)	6,950 (267)	6,190 (238)	3,445 (132)
'01. 3	2,279 (100)	2,365 (104)	2,031 (89)	1,832 (80)	7,163 (314)	6,333 (278)	4,665 (205)	2,852 (125)
'02. 3	2,787 (100)	2,850 (102)	2,825 (101)	2,800 (100)	7,950 (285)	6,975 (250)	5,025 (180)	3,400 (122)
'03. 3	2,280 (100)	2,633 (115)	2,073 (91)	1,720 (75)	7,640 (335)	5,980 (262)	4,387 (192)	3,000 (132)
‘04. 3	3,361 (100)	3,500 (104)	3,260 (97)	2,740 (82)	9,440 (280)	7,680 (229)	6,420 (191)	3,920 (167)
가치변화 (‘04-’00)	-	△118	△99	△46	11	△38	△47	35

※ 주 : ① 지육가격은 전국 기준가격임.
② 부분육은 브랜드육 기준임.

○ 이와 같은 선호 부위 위주의 편중된 소비문화와 대일 수출중단으로 수출 부위는 재고량이 증가되고 소비시장은 왜곡되는 현상이 발생됨으로서 양돈농가의 소득은 감소하게 되었다.

즉 (표 1-5)에서와 같이 비 선호 부위의 소비 및 수출부진으로 재고량이 누적되었으며, 재고량 누적은 곧 작업두수를 감소시키게 되었고, 가공업체에서의 작업두수 감소는 결국 도매시장 경매두수 증가로 지육가격은 하락하는 악순환이 지속되었다. 이처럼 비선호 부위의 소비가 부진했던 ‘03년도 기준으로 지육가격이 2,300원일 경우 생산농가의 두당 순이익은 1.5천원 적자가 발생한 것으로 분석되었다.

○ 이처럼 비 선호 부위 문제는 첫째로 삼겹살을 선호하는 국내 돼지고기 소비문화, 둘째로 돼지고기 수입개방 하에서도 국내 양돈업의 국제 경쟁력을 제고하기 위하여 추진해 왔던 대일 수출이 지난 '00년 3월 구제역 발생과 그 후 '03년 콜레라 예방백신 접종으로 중단됨으로서 더욱 심각하게 대두되었다.

(표 1-5) 지육가격별 생산농가 및 육가공업체의 수익성 비교

구 분		지 육 가 격 (원/kg)									
		2,100	2,200	2,300	2,400	2,500	2,600	2,700	2,800	2,900	3,000
생 산 농 가 (천원)	생돈가격	139.7	146.3	153.0	159.6	166.3	172.9	179.6	186.2	192.9	199.5
	경 영 비	145.0	145.0	145.0	145.0	145.0	145.0	145.0	145.0	145.0	145.0
	생 산 비	154.5	154.5	154.5	154.5	154.5	154.5	154.5	154.5	154.5	154.5
	소 득	5.3	1.3	8.0	14.6	21.3	27.9	34.6	41.2	47.9	54.5
	순 수 익	△14.8	△8.2	△1.5	5.1	11.8	18.4	25.1	31.7	38.4	45.0
가 공 업 체 (천원)	판 매 액	191.6	193.6	195.5	197.3	199.0	200.5	202.0	203.4	204.7	205.9
	품 대	162.0	168.7	175.3	182.0	188.6	195.3	201.9	208.6	215.2	221.9
	수 익	29.6	24.9	20.2	15.3	10.4	5.2	0.1	5.2	△10.5	△16.0

※ 주 : 생돈은 100kg기준임('03년 기준).

3) 돼지고기 소비와 수출촉진의 실적

○ 정부 및 관련기관에서는 국내 돼지고기 수급 안정화, 즉 비 선호부위의 내수 소비 및 수출을 통한 재고 누적감소를 위해서 꾸준히 노력해 왔다. 즉 (표 1-6)에서와 같이 비 선호부위에 대한 국내 소비촉진을 위해서 특히 '00년 수출중단이후 소비자를 대상으로 신문, 잡지, 라디오, 델레비젼 등 대부분의 매개체를 통해서 추진해 왔으며, 그후 꾸준히 양돈수급안정위원회 및 양돈자조금관리위원회를 통해서 추진하고 있다.

또한 돼지고기 수출홍보는 필리핀, 몽골, 러시아 등 수출시장 다변화와 더불어 최대 수출 시장인 일본을 대상으로 식품전람회(키타규슈, 동경 FOODEX)에 참가하여 전시하거나, 또는 수입유통업체의 국내에 초청하여 세미나를 개최하는 등을 적극적인 홍보활동을 해 왔다.

(표 1-6) 돼지고기 내수 소비 촉진과 수출개척 추진사업

구분		연도	추 진 내 용
개척	육류유통 수출입협회	‘00-’04	o 필리핀, 몽골, 러시아 수출시장개척
소비 촉진	양돈협회	‘00이전	요리책자 등을 발행 소비자 교육 실시
		‘00이후	TV 광고 실시
	양돈수급 안정위원회	‘03년	o TV, 신문, 잡지, 라디오, 지하철 광고 o TV 기획프로그램 반영 o 돼지고기 소비촉진 포스터 제작.배부 o 돼지고기 시식회, o 요리제품 시식회 및 시장반응조사 o 가을꽃돼지 축제 행사 개최
	양돈자조금 관리위원회	'04년	o TV, 라디오, 신문, 잡지 등 매체 광고 o 돼지고기 소비촉진 TV방송프로그램 기획제작 지원 o 소비홍보축제 및 요리시식회강습회등 소비촉진행사 o 국산 돼지고기 소비홍보 캐릭터 개발 o 돼지고기 소비홍보 영상물 제작배부 등

2. 연구 목적

○ 국내 소비자가 소비를 기피하는 비 선호 부위에 대한 국내 소비 실태를 파악하여 기피 요인과 소비 촉진유도 방안을 강구함으로서 소비촉진과 육가공업체로 하여금 비 선호 부위를 이용한 제품 개발을 유발토록 하고,

○ 또한 국내산 비 선호 부위의 수출이 가능한 국가를 대상으로 수출 경쟁국의 시장 개척 방안 등을 파악함으로서 수출확대는 물론 수출을 통한 국내산 돼지고기의 품질 및 위생수준을 한 단계 개선할 수 있는 동기를 부여코자 한다.

○ 특히 향후 돼지고기 수출금지 질병인 구제역 및 돼지 콜레라가 국내 재발생 시에도 수출국과 수출 가능한 제품 및 방안(즉 가열처리방법 등)을 파악함으로서, 질병발생 유무와 관계없이 일정하게 비 선호 부위의 수출 가능방안을 강구하는 데 있다.

3. 주요 연구내용

○ 본 연구는 돼지고기에 대한 국내 소비자의 의식과 실태를 파악하고, 한국산 비 선호 부위에 대한 수출 가능국가를 파악하여, 돼지고기 소비 확대와 비 선호부위에 대한 부가가치를 향상시키며 동시에 국내 양돈산업의 안정적인 발전을 도모하기 위해서 추진하였다.

○ 본 연구는 제 4장으로 구성하고, 먼저 제 1장은 연구의 필요성, 목적 및 연구범위와 방법에 대해서 서술하였다.

○ 제 2 장에서는 돼지고기에 대한 소비실태 및 인식조사 결과와 소비촉진방안을 서술하였다. 즉 먼저 국내 소비자의 돼지고기 실태와 문제점에서는 돼지고기 소비자 의식 및 소비 실태조사, 국내 돼지고기 소비상의 문제점을 다루었으며,

둘째로 돼지고기 소비촉진을 위한 효율적인 홍보방안에서는 기존 돼지고기 소비 홍보 및 촉진방안에 대한 실적 평가, 기타 농산물 및 제조업의 홍보방안과 효율성 비교, 및 효과적인 돼지고기 소비촉진방안을 다루었다.

○ 제 3 장에서는 돼지고기 수출현황과 효율적인 수출전략방안을 서술하였다. 즉 먼저 기존의 국내외 돼지고기 수출 및 홍보 실적에서는 국내 돼지고기 수출의 필요성, 부위별 돼지고기 수출실적, 수출 추진 정책실적, 수출상의 문제점을 다루었으며,

둘째로 돼지고기 수출여건과 수출 가능성에서는 국내외 수출시장 및 여건, 돼지고기 수출가능국가의 돼지고기 수입 및 시장분석, 수출 국가에서의 수출경쟁국과 시장홍보 전략 비교하였다.

마지막으로 효과적인 수출전략 수립에서는 정육 및 기타 생돈 외 수출방법(가열처리 돈육, 부산물 및 모돈 등)과 가능성, 돈육 수출증대를 위한 수출전략 방안을 다루었다.

○ 제 4 장에서는 국내 돼지고기 수급안정을 위한 비 선호 및 선호 부위의 소비 촉진방안과 비 선호부위의 수출확대 방안을 기초로 추진해야할 전제 조건 등을 서술하였다.

4. 연구 범위와 방법

1) 국내 돼지고기 소비확대 방안

○ 국내 돼지고기 소비확대 방안을 연구하기 위해서 먼저 국내 소비자의 돼지고기에 대한 의식과 소비 실태를 (표 1-7)과 같이 설문 조사를 실시했다.

- 설문지 조사수 : 전국을 6개 지역으로 구분하여 1,000개 조사하였으며, 지역별 조사수는 인구수에 비례하였고,
- 조사방법 : 조사요원이 직접 소비자를 방문하여 일대일 문답 형식으로 조사. 작성하였으며,
- 수집된 조사설문지는 EXCELL에 의해서 집계 및 분석하였다.

(표 1-7) 소비자 돼지고기 소비실태 및 의식 설문조사

구 분		조 사 지 역						계
		수도권	강원권	경남권	대구권	충청권	전라권	
설문지배표(a)		400	80	220	70	80	150	1,000
응 답 자(b)		260	40	125	35	40	110	610
사용가능자(c)		259	35	119	29	38	102	582
비율 (%)	c/a	65	44	54	41	48	68	58
	c/b	100	88	95	83	95	93	95

○ 한편 소비 관련된 자료는 국내 쇠고기, 돼지고기 및 닭고기 소비관련 논문 및 조사연구서 등 문헌과 자료를 수집하여 참고자료로 활용하였다.

2) 돼지고기 수출확대 전략

○ 돼지고기 수출확대 방안을 연구하기 위해서는 먼저 현재 수출가능국가를 대상으로 수출상의 문제점과 확대방안 및 주요 수출경쟁국의 홍보방법 등을 (표 1-8)에서와 같이 방문 조사했다.

- 조사 대상국(3개국) : 필리핀, 러시아, 몽골

- 조사방법 : 양돈업 및 돼지고기 수입분야를 연구하는 교수 및 유통전문가에게 각국의 소비문화 및 수입에 대한 조사를 요청후, 이를 바탕으로 담당자가 현지에서 방문하여 자료를 확인, 보완하였다.

(표 1-8) 수출 가능국가의 양돈산업 및 수입 조사

구 분	필 리 핀	러 시 아	몽 골
조사일자	'04.11.14-19	'04. 10. 12-18	'04. 10.18-22(1차) '05. 1. 6-10(2차)
조사자	양형조, 정선현	양형조	양형조
조사처	검역원(BAI&NMIC) 수입업체, 수입냉동창고 백화점 및 재래시장, 농장 육가공공장	육가공업체 수입업체, 유통전문가 백화점 및 재래시장	육가공업체 수입업체, 유통전문가 백화점 및 재래시장

- 주요 조사내용으로서는
  - 돼지고기 생산, 소비 및 거래 가격추이
  - 돈육 수입현황(수입국, 수입스펙, 수입체계, 수입단가 등)과 판매가격
  - 한국산 수입경로 및 관세
  - 한국산 수입시 제반 문제점과 개선방안 등이다.

○ 한편 국내 돼지고기 수출현황 및 수출진흥을 위한 정부 정책은 기존 자료를 이용하였으며, 국내 진출한 해외지사(뉴질랜드식육공사, 호주축산공사, 미국육류수출협회 및 기타 각국의 업체별 지사)의 활동상황은 현지 업체 의견을 청취하여 작성하였다.

제 Ⅱ 장. 소비자의 돼지고기 인식 및 소비촉진 방안

1. 돼지고기 소비동향과 형태

우리 나라 양돈산업은 그 동안 국민경제규모의 확대에 비례하여 비약적인 발전을 거듭하여 왔다. 그러나 그 이면에 자리잡고 있는 양돈산업의 해결 과제의 하나가 돼지고기를 소비하는 국내 소비자들의 소비패턴이 부위별 선호도가 극명하게 대비되는 현상을 나타내고 있다. 물론 최근 돼지콜레라 발생으로 수출이 중단되었음에도 고돈가의 행진은 계속되어지고 수출부위의 재고량도 평년 이하로 줄어든 현상은 양돈산업 측면에서는 분명 고무적인 현상이다. 그러나 평화시에 환난을 준비해야 하는 것처럼 대내외 환경이 양돈산업에 우호적인 때 편중된 소비문화를 개선하고 안정적 소비구조를 구축할 수 있도록 지혜를 모아야 할 때다.

이에 돼지고기 시장이 지속적으로 성장 가능한 산업으로 발전하기 위해서는 무엇보다도 돼지고기를 소비하는 소비자들의 소비성향을 파악하고 소비자가 원하는 제품과 정보를 제공함으로써 돼지고기 시장의 확대를 위한 노력이 계속되어야 할 것이다. 따라서 본 절에서는 돼지고기에 대한 소비자의 구매패턴과 요리형태, 구입량, 구매의향, 돼지고기에 대한 정보 욕구 등을 확인하기 위하여 일반소비자를 상대로 설문조사를 실시하고 그 결과를 분석・기술하였다.

1) 설문조사 요지

본 설문조사는 2004년 10월부터 11월까지 20대~60대 전후의 전국의 일반 소비자 582명을 대상으로 설문지를 배부하여 실시하였다. 이 설문조사의 신뢰구간은 95%수준으로 오차범위는 ±4.06 이다.

먼저 설문조사 응답자의 성별을 살펴보면 남성이 300명(51.5%)으로 여성 응답자 282명(48.5%)으로 성별 표본은 균형을 이루었다.

또한 연령별 분포는 20대가 137명(23.5%), 30대는 228명(39.2%), 40대가 263명(27.5%), 50대는 52명(8.9%), 60대 이상이 5명(0.9%)으로 향후 돼지고기의 주도적 소비층을 형성할 20대와 경제 참여의 주도적 역할을 하는 40대 이하의 연령층이 90% 이상 설문에 응한 것으로 나타났다.(표 2-1)

(표2-1) 설문 응답자의 성별 및 연령별 분포

(단위: 명, %)

구 분	성 별			연령별					
	남성	여성	계	20대	30대	40대	50대	60대 이상	계
사례수	300	282	582	137	228	160	52	5	582
비 율	51.5	48.5	100	23.5	39.2	27.5	8.9	0.9	100

설문조사 응답자의 가족 구성원수는 무응답자 1인을 제외하고 응답자 581명중 2인 이하의 가족으로 구성된 응답자는 80명(13.7%), 3인~4인은 400명(68.7%), 5인~6인이 96명(16.4%), 7인이상의 가족 구성원은 5명(0.9%)으로 응답자 대부분이 '04년 4/4분기 전국 평균 가구원수 3.37명(통계청 자료)과 같은 수준인 4인 이하 가족으로 구성된 것으로 나타났다.(표 2-2)

(표 2-2) 설문 응답자의 가족수 분포

(단위: 명, %)

구 분	1인	2인	3인	4인	5인	6인	7인	무응답	계
사례수	17	63	137	263	80	16	5	1	582
비 율	2.9	10.8	23.6	45.2	13.7	2.7	0.9	0.2	100

또한 가장의 직업 분포를 살펴보면 회사원이 368명(63.2%), 자영업은 98명(16.8%), 공무원이 42명(7.2%), 기타 직종이 38명(6.5%), 농업 종사자가 27명(4.6%), 주부는 9명(1.5%) 순으로 나타났다.(표 2-3)

(표 2-3) 설문 응답자의 직업별 분포

(단위: 명, %)

구 분	회사원	자영업	공무원	주부	농업	기타	계
사례수	368	98	42	9	27	38	582
비 율	63.2	16.8	7.3	1.5	4.6	6.6	100

설문조사 응답자의 가구당 월평균소득은 100만원 미만이 34명(5.8%), 100만원~200만원 미만은 213명(36.6%), 200만원~300만원 미만이 175명(30.1%), 300만원~400만원 미만은 95명(16.3%), 400만원~500만원 미만이 39명(6.7%), 500만원 이상은 26명(4.5%)으로 이는 2004년 전국평균 가계소득인 280만원과 도시 근로자 평균소득 311만원(통계청 자료)과 같은 수준인 200만원~400만원대의 가구소득자가 많은 것으로 나타났다.(표 2-4)

(표 2-4) 설문 응답자의 가구당 월평균 소득별 분포

(단위: 명, %)

분	100 미만	100만원~200만원미만	200만원~300만원미만	300만원~400만원미만	400만원~500만원미만	500만원이상	계
사례수	34	213	175	95	39	26	582
비 율	5.8	36.6	30.1	16.3	6.7	4.5	100

2) 선호하는 육류 종류와 선호도

(1) 가정과 외식에서 즐겨먹는 육류

일반 소비자를 대상으로 평소에 즐겨 먹는 육류의 종류와 그 이유를 가정에서 즐겨먹는 경우와 외식(업무상 외식포함)에서 즐겨먹는 경우로 나누어 조사한 결과를 보면, 응답자의 75%~78%가 가정이나 외식을 할 때 돼지고기를 즐겨먹는다고 답하였다. 구체적으로 살펴보면 가정에서 육류를 먹을 때 돼지고기는 78.4%, 쇠고기가 12.0%, 닭고기는 8.4%, 기타 1.2% 순으로 즐겨먹는다고 응답하였으며, 또한 외식의 경우 돼지고기가 75.3%, 쇠고기는 17.2%, 닭고기가 5.7%, 기타 1.9% 순으로 여전히 외식시에도 돼지고기를 즐겨먹는 것으로 나타났으나 쇠고기의 경우 가정에서 먹는 것보다 외식시에 먹는 비율이 약간 높은 것으로 나타났다.(표 2-5)

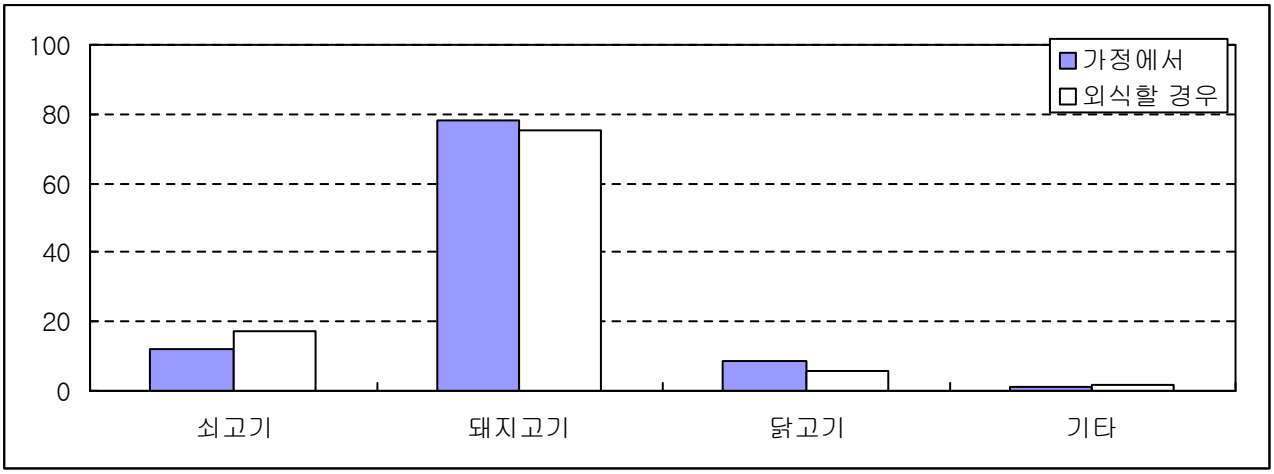
가정에서 돼지고기나 닭고기를 먹는 소비 중 일부는 가족이나 업무상 외식을 하게 되는 경우 쇠고기를 먹는다는 것을 의미하는 것으로 소비자는 언제든지 돼지고기와 대체관계에 있는 육류를 선택할 수 있다는 것을 나타냈다. 이는 지속적이고 계획적인 돼지고기 홍보를 통해 안정적인 소비계층 즉 돼지고기 마니아를 구축해야 하는 것을 시사한 것이다.

(표 2-5) 즐겨 먹는 육류 종류

(단위 : %)

구 분	쇠고기	돼지고기	닭고기	기 타
가정에서	12.0	78.4	8.4	1.2
외식할 경우	17.2	75.3	5.7	1.9

(그림 2-1) 육류별 선호도



돼지고기를 선호하는 계층별 소비 성향은 가정에서는 20대(81.0%)와 30대(82.0%)가, 여성(75.5%)보다는 남성(81.0%)이, 가족수는 5인 가정(87.1%)에서, 직업별로는 농업종사자(88.9%)가, 그리고 가계 소득수준은 300만원미만(80.0%~84.6%) 계층에서 상대적으로 즐겨 먹는 것으로 나타났다. 외식의 경우는 30대(80.7%)가, 남성(77.3%)이, 가계 소득수준은 300만원 미만(77.7%~79.4%) 계층에서 즐겨 먹는 것으로 나타났다.

반면 쇠고기의 경우 가정에서는 40대 이상(20.3%)이, 여성(13.8%)이, 4인이하 가정(13.0%)에서, 자영업(19.4%)과 공무원(23.8%) 종사자가, 그리고 300만원 이상(24.4%)의 가계 소득층이 상대적으로 즐겨 먹으며, 외식의 경우도 가정에서 쇠고기를 즐겨먹는 경우의 소비패턴과 같은 결과를 나타냈다.(표 2-6)

이번 설문조사에서 돼지고기 선호층이 비교적 젊은 20~30대의 연령층이라는 사실은 젊은 소비층의 욕구와 추구하는 소비심리는 감각적이고 신선하며 복잡하지 않는 것을 찾아 소비한다는 것을 알 수 있다. 돼지고기 소비촉진에서 지나치게 이성적인 측면을 강조하거나 한꺼번에 많은 정보를 제공하려는 것보다는 젊은층의 소비욕구와 맞는 소비전략이 필요하다. 이는 소비계층별 소비촉진 방법이 세분화하여 계층에 맞는 소비촉진 전략이 수립되고 시행되어야 할 것이다.

(2) 육류 종류별 즐겨 먹는 이유

일반 소비자가 육류를 즐겨먹는 이유로서 가정에서 돼지고기를 즐겨먹는 이유는 다른 고기보다 맛이 있어서(35.5%), 값이 싸서(28.7%), 식습관 때문에(22.4%), 조리하기 간편해서(9.9%), 품질의 안정성 때문에(1.3%) 라는 순으로 나타났으며 기타는 2.2% 응답을 하였다. 외식의 경우도 같은 수준의 결과를 나타냈다.

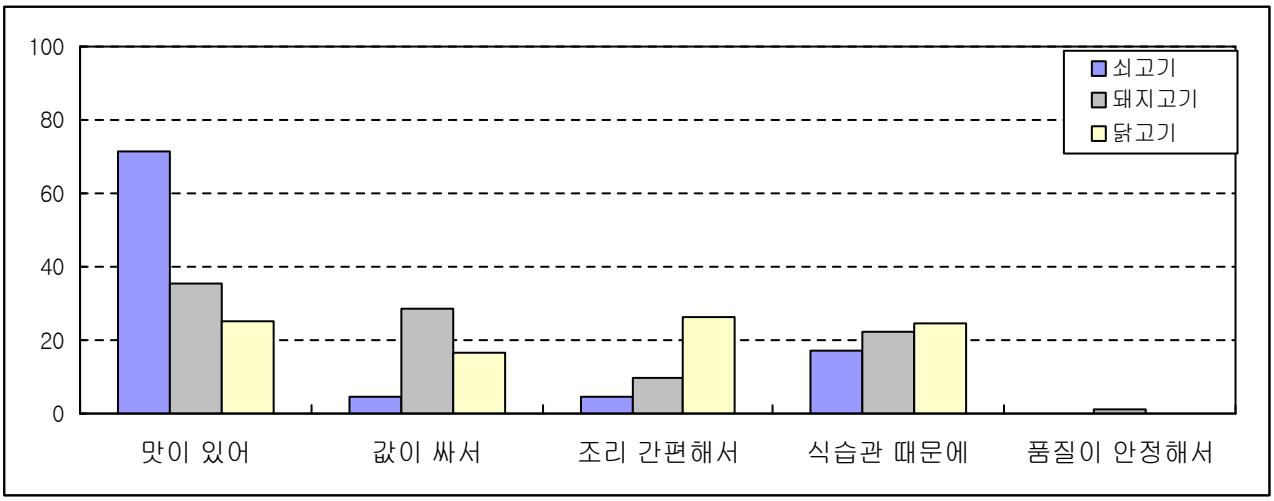
반면 쇠고기의 경우 가정이나 외식의 경우 대부분 다른 고기보다 맛이 있어서(각 71.4%, 70.0%)라는 응답자가 많았다. 이는 돼지고기나 쇠고기를 평소 입맛에 익숙한 육류나 육류의 가격 그리고 식습관 때문에 육류를 선택하는 것으로 나타났다.

(2-6) 육류 종류별 즐겨 먹는 이유

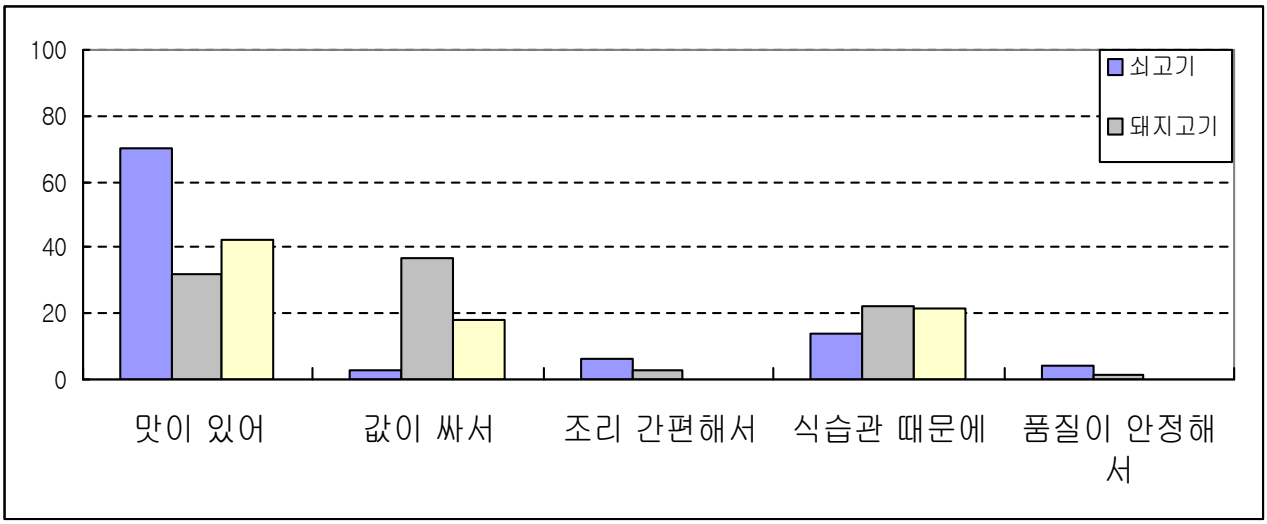
(: 명, %)

구 분	가정에서 즐겨 먹는 이유			외식할 경우 즐겨 먹는 이유		
	쇠고기 (70명)	돼지고기 (456명)	닭고기 (49명)	쇠고기 (100명)	돼지고기 (438명)	닭고기 (33명)
다른 고기보다 맛이 있어	71.4	35.5	24.9	70.0	32.2	42.4
값이 싸서	4.3	28.7	16.3	3.0	36.5	18.2
조리하기 간편해서	4.3	9.9	26.5	6.0	3.0	-
식습관 때문에	17.1	22.4	24.5	14.0	21.9	21.2
품질의 안정성 때문에	-	1.3	-	4.0	1.4	-

(그림 2-2) 가정에서 육류 종류별 즐겨먹는 이유



(그림 2-3) 외식할 경우 육류종류별 즐겨먹는 이유



(3) 국내산과 수입산 육류의 선호

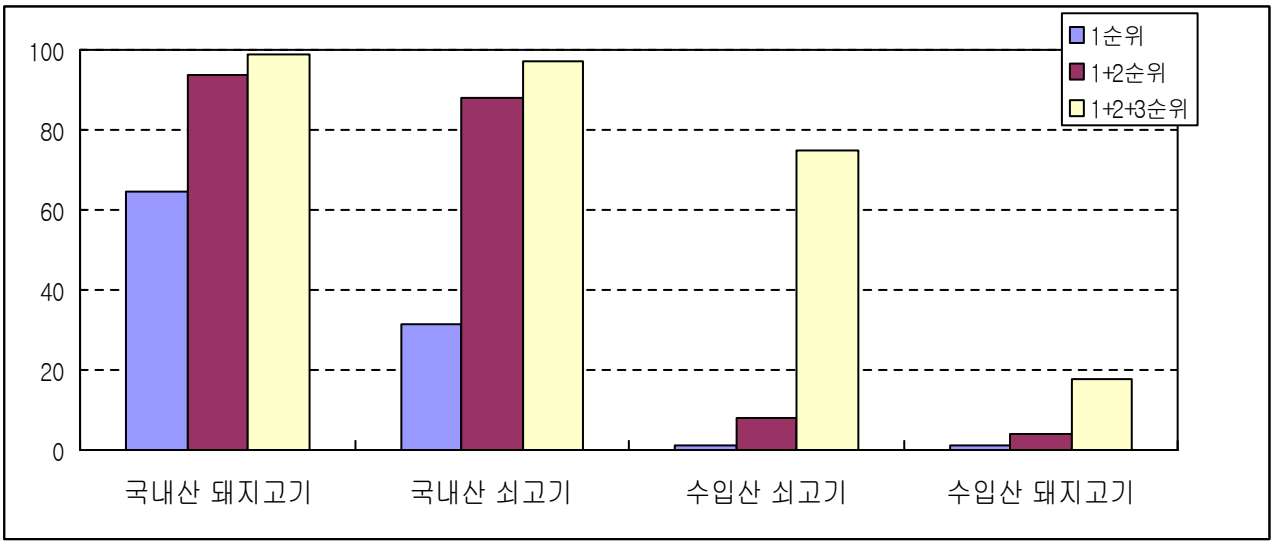
일반 소비자가 육류를 소비할 때 돼지고기와 대체관계에 있는 쇠고기를 기준으로 국내산과 수입육의 선호도를 묻는 설문에서는 전반적으로 국내산 육류를 선호하며, 설문 응답자 64.8%가 국내산 돼지고기를 가장 선호한 것으로 나타났으며, 계층별로 살펴보면 국내산 돼지고기는 20대 및 30대, 농업종사자와 300만원 미만 소득층이 선호하며, 국내산 쇠고기는 연령층은 40대가, 공무원과 300만원 이상 소득층이 상대적으로 선호하고 있음을 보여주었다.(표 2-7)

(표 2-7) 선호하는 육류 종류

(단위 : %)

구분	1순위	1+2순위	1+2+3순위
국내산 돼지고기	64.8	94.0	99.1
국내산 쇠고기	31.3	87.8	97.1
수입산 쇠고기	1.4	8.2	75.1
수입산 돼지고기	1.0	4.1	17.5

(그림 2-4) 육류별 선호도



3) 돼지고기의 구매 패턴 및 선호요리

(1) 돼지고기의 구매회수(일주일 단위)

일반 소비자를 대상으로 일주일 단위로 돼지고기를 구입하는 빈도를 조사한 결과 주 1회 정도가 72.2%, 주 2회가 22.9%, 주 3회가 4.3%, 주 4회 이상은 0.7%를 나타냈으며, 평균 구입 빈도는 일주일간 1.3회인 것으로 나타났다.(표 2-8)

(표 2-8) 돼지고기 구입회수

(단위 : %)

구 분	1회이내	2회	3회	4회	5회 이상	구입빈도/주
비 율	72.2	22.9	4.3	0.2	0.5	1.3회

특히 응답자 중 40대 이상 연령층은 67.7%가 주 1회, 26.7%는 주 2회 돼지고기를 구입한 것으로 일주일간 평균 1.4회를 구입한 것으로 나타나 돼지고기를 구입하는 빈도가 다른 연령층보다 상대적으로 높게 나타났다.

또한 자영업(주 1.5회) 종사자와 200만원 미만 소득자(주 1.4회)가 상대적으로 돼지고기를 구입하는 빈도가 높은 것으로 나타났다.(표 2-9)

(표 2-9) 계층별 돼지고기 구입 빈도

(단위 : 명, %)

구 분	전체	연 령			가장 직업				가계 소득수준		
		20대	30대	40대 이상	회사원	자영업	공무원	농 업	200만원 미만	300만원 미만	300만원 이상
응답자수	582	137	228	217	368	98	42	27	247	175	160
1회	72.2	78.1	72.8	67.7	75.8	62.2	64.3	74.1	72.9	73.1	70.0
2회	22.9	19.0	21.5	26.7	19.0	30.6	35.7	22.2	20.2	22.3	27.5
3회	4.3	2.9	4.8	4.6	4.6	5.1	-	3.7	6.1	3.4	2.5
4회	0.2	-	-	0.5	0.3	-	-	-	0.4	-	-
5회이상	0.5	-	0.9	0.5	0.3	2.0	-	-	0.4	1.1	-
구입빈도/주	1.3	1.2	1.3	1.4	1.3	1.5	1.4	1.3	1.4	1.3	1.3

(2) 돼지고기의 1회 구입량

돼지고기를 구입하는 소비자를 대상으로 1회 구입량을 확인한 것을 보면 1회에 600g(한근)정도를 가장 많이 구입하고 있으며 응답자 전체 1회 평균 구입량은 578g으로 나타났다.(표 2-10) 특히 500g이하 소량 단위로 구입한다는 응답자가 33%로 나타난 것으로 보아 핵가족화에 따른 소단위 구입자가 주 소비층으로 부상하고 있음을 보여주는 한편 하고자하는 요리에 적합한 양을 구입하고 있음을 보여주고 있다.

(2-10) 돼지고기 구입량

(: %)

구 분	200g이하	300g이하	500g이하	600g이하	1kg이하	1kg이상	평 균
비 율	7.4	14.6	11.0	32.8	19.4	14.8	578g

계층별 돼지고기 구입량을 보면 40대 이상에서 1회 평균 591.2g, 회사원이 588.5g, 300만원 이상 소득층이 598g을 구입하여 다른 계층에 비해 상대적으로 많은 양을 구입한 것으로 나타났다.(표 2-11) 이는 사회적, 경제적으로 안정된 계층에서 일반 소비자 평균 구입량보다 많은 양의 돼지고기를 소비하고 있음을 보여주는 예라고 할 수 있다.

(표 2-11) 돼지고기 1회 구입량

(단위 : 명, %)

구 분	전체	연 령			가장 직업				가계 소득수준		
		20대	30대	40대 이상	회사원	자영업	공무원	농 업	200만원 미만	300만원 미만	300만원 이상
응답자수	582	137	228	217	368	98	42	27	247	175	160
200g이하	7.4	12.4	6.1	5.5	7.3	8.2	7.1	14.8	9.7	4.6	6.9
300g이하	14.6	13.9	15.8	13.8	13.6	14.3	23.8	14.8	13.8	16.0	14.4
500g이하	11.0	8.8	11.4	12.0	11.4	9.2	16.7	14.8	9.7	16.0	7.5
600g이하	32.8	32.1	32.9	33.2	31.3	38.8	28.6	29.6	33.2	30.9	34.4
1kg이하	19.4	15.3	21.5	19.8	20.9	18.4	16.7	14.8	19.0	20.0	19.4
1kg이상	14.8	17.5	12.3	15.7	15.5	11.2	7.1	11.1	14.6	12.6	17.5
구입량/주	578.9	569.0	573.0	591.2	588.5	561.2	502.4	518.5	573.3	568.6	598.8

(3) 돼지고기 부위별 구입량

일반 소비자들의 최근 돼지고기 부위별 구매 추이와 요리 형태를 파악함으로써 부위별 소비동향을 확인하고자 최근 1개월간(2004.11월 기준) 부위별 돼지고기 구입량과 구입한 돼지고기 부위를 가지고 어떤 요리를 하였는지를 조사하였다.

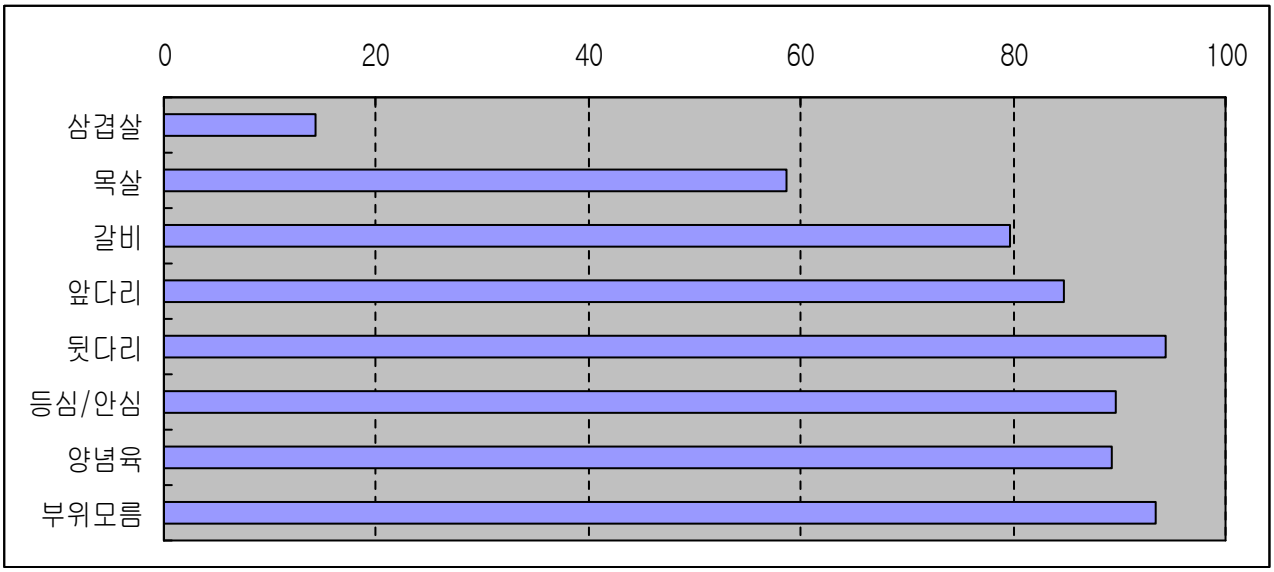
(표 2-12) 최근 1개월간 돼지고기 부위별 월간 구입량

(단위 : %)

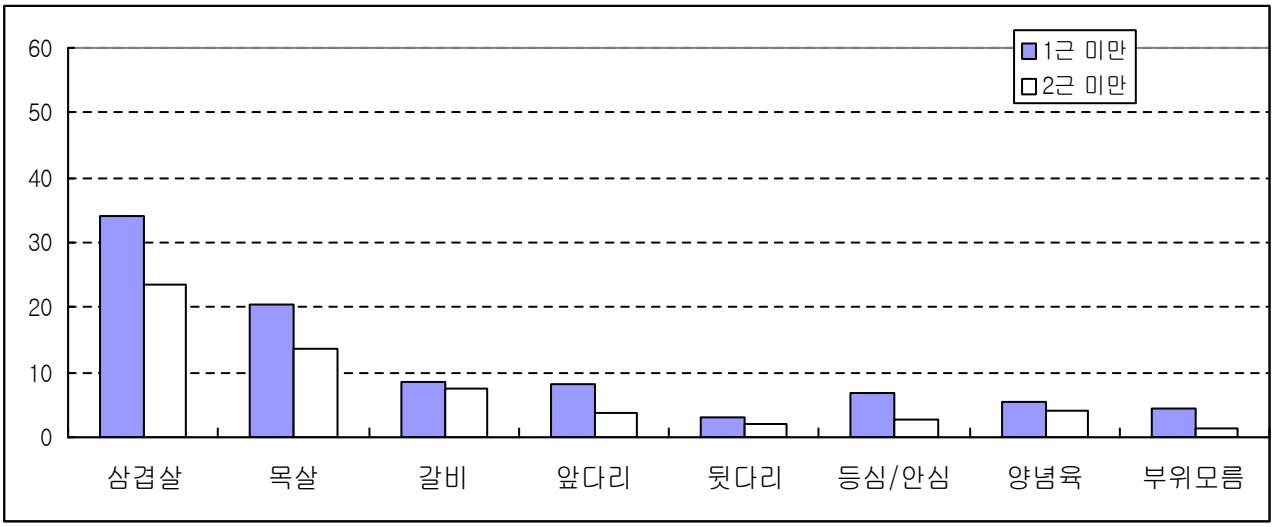
구분	구매없음	구입량/월				
		1근 미만	2근 미만	3근 미만	4근 미만	4근 이상
삼겹살	14.3	34.0	23.5	14.1	4.5	9.6
목 살	58.6	20.4	13.6	3.3	1.9	1.9
갈 비	79.7	8.6	7.6	1.5	1.0	1.5
앞다리	84.7	8.1	3.6	0.9	0.7	2.1
뒷다리	94.3	2.9	2.2	0.2	0.2	0.2
등심/안심	89.7	6.7	2.6	0.9	-	0.2
양념육	89.3	5.5	4.1	0.7	0.2	0.2
부위모름	93.5	4.3	1.5	0.5	-	0.2

그 결과 동 기간 삼겹살(85.7%)을 가장 많이 구입 하였으며 그 다음으로 목살(41.4%)을 구입하였고 갈비(20.3%), 앞다리(15.3%), 양념육(10.7%), 등안심(10.3%), 부위모름(6.5%), 뒷다리(5.7%)순으로 구입하였다. 구입한 양은 대부분 2근 미만을 구입한 것으로 나타났다.(표 2-12)

(그림 2-5) 부위별 구매 없음 빈도



(그림 2-6) 부위별 구매(1근/2근)빈도



구입한 부위별 돼지고기는 삼겹살과 목심은 구이(각 73.9%, 23.0%)를, 갈비는 찜(14.8)을 요리해서 먹을 것으로 나타났으며, 앞다리와 양념육은 김치찌개, 뒷다리는 불고기, 등안심은 돈가스, 부위를 모르고 구입한 경우는 김치찌개를 요리한 것으로 조사되었다.(표 2-13)

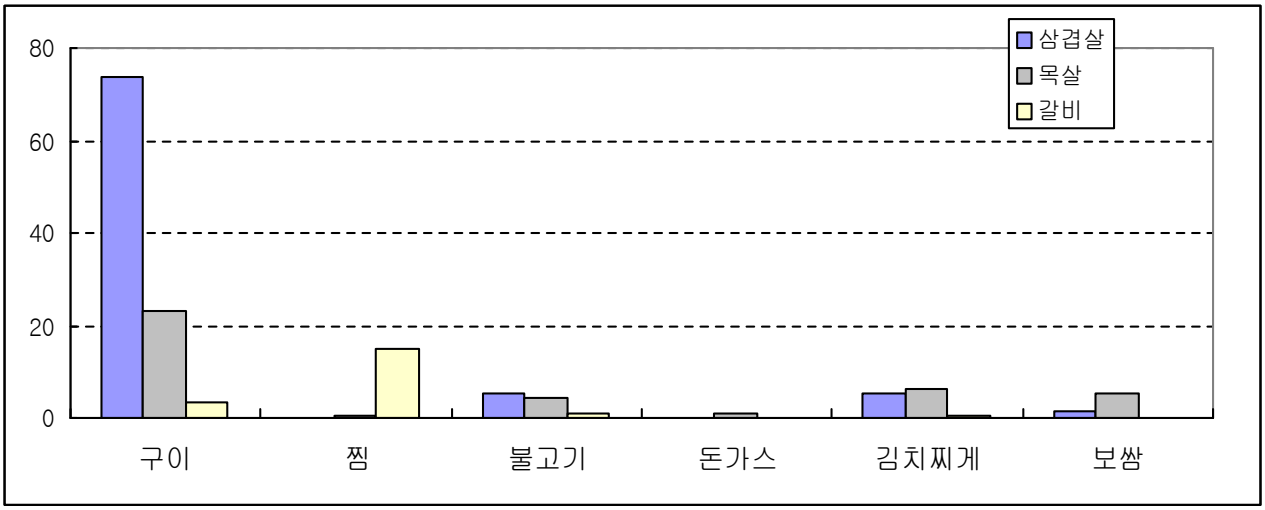
설문 조사결과를 보면 양돈업계에서 그 동안 다양한 방법으로 수출부위에 대한 소비개선 노력을 기울였음에도 불구하고 삼겹살과 목심을 중심으로 한 구이문화가 여전히 일반소비자의 주요 소비 형태로 자리잡고 있음을 보여주고 있다. 또한 삼겹살과 목살이외의 부위는 주로 불고기나 찌개용으로 사용되고 있는 점으로 보아 여전히 다양한 요리로 활용되는데 한계가 있음을 보여주고 있다.

(표 2-13) 부위별 요리방법

(단위 : %)

구분	구이	찜	불고기	돈가스	김치찌개	보쌈	무응답
삼겹살	73.9	0.2	5.2	-	5.2	1.5	14.1
목 살	23.0	0.5	4.3	1.2	6.2	5.3	58.9
갈 비	3.3	14.8	1.2	0.2	0.5	0.2	79.7
앞다리	0.7	0.3	4.6	0.5	5.8	2.7	84.7
뒷다리	0.5	-	2.1	0.3	1.7	0.5	94.3
등심/안심	0.7	0.2	1.2	4.5	2.2	0.5	89.7
양념육	2.6	-	7.7	-	-	-	89.3
부위모름	0.7	0.2	0.2	0.2	4.1	0.3	93.5

(그림 2-7) 부위별 요리방법(삼겹살/목살/갈비)



(4) 가족별 선호하는 돼지고기 요리

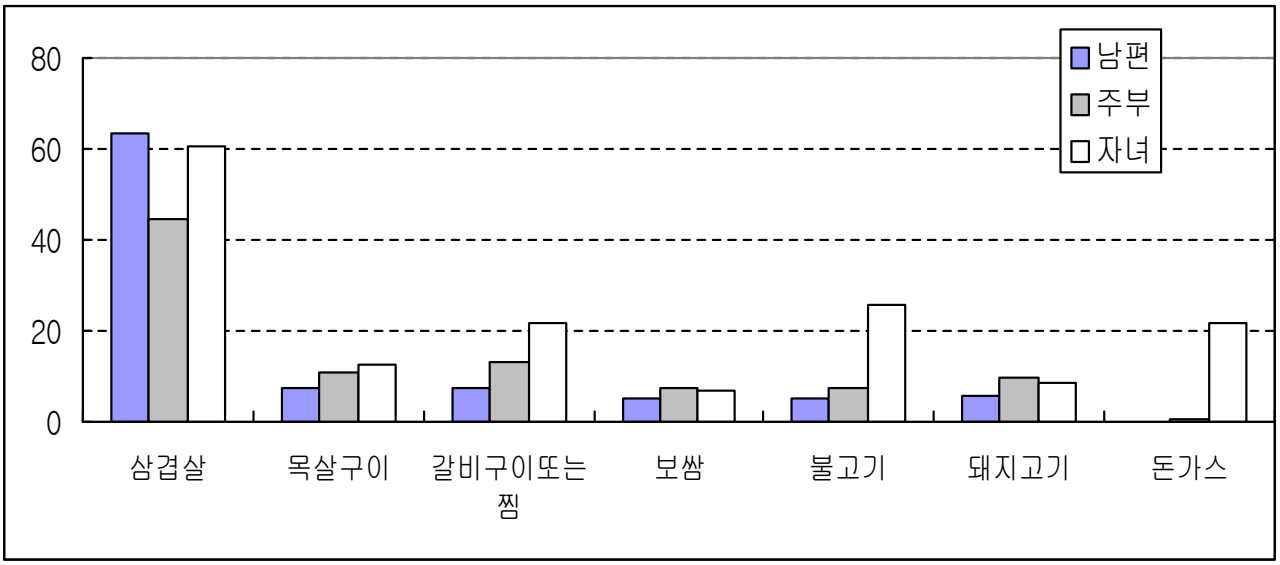
가족별로 즐겨먹는 돼지고기 요리를 묻는 질문에는 일반 소비자의 구매형태와 크게 다르지 않는 결과를 보였다. 가족들은 전체적으로 삼겹살 구이(44.3%~63.2%)를 가장 좋아한 것으로 조사되었으며, 특히 주부들은 삼겹살 구이 외에도 목살구이(10.8%), 갈비구이 또는 찜(13.2%), 김치찌개(10.0%) 등 다양하게 즐겨먹는 편이며, 자녀들은 불고기(25.9%)와 돈가스(21.6%)를 좋아한 것으로 나타났다.(표 2-14)

(표 2-14) 가족별 선호요리

(단위 : %)

구분	삼겹살 구 이	목살구이	갈비구이 또는 찜	보쌈	불고기	돼지고기 김치찌개	돈가스
남편	63.2	7.6	7.4	5.3	5.0	5.8	0.2
주부	44.3	10.8	13.2	7.7	7.7	10.0	0.7
자녀	60.7	12.7	22.0	6.9	25.9	8.6	21.6

(그림 2-8) 부위별 선호도



(5) 외식시 선호하는 돼지고기 요리

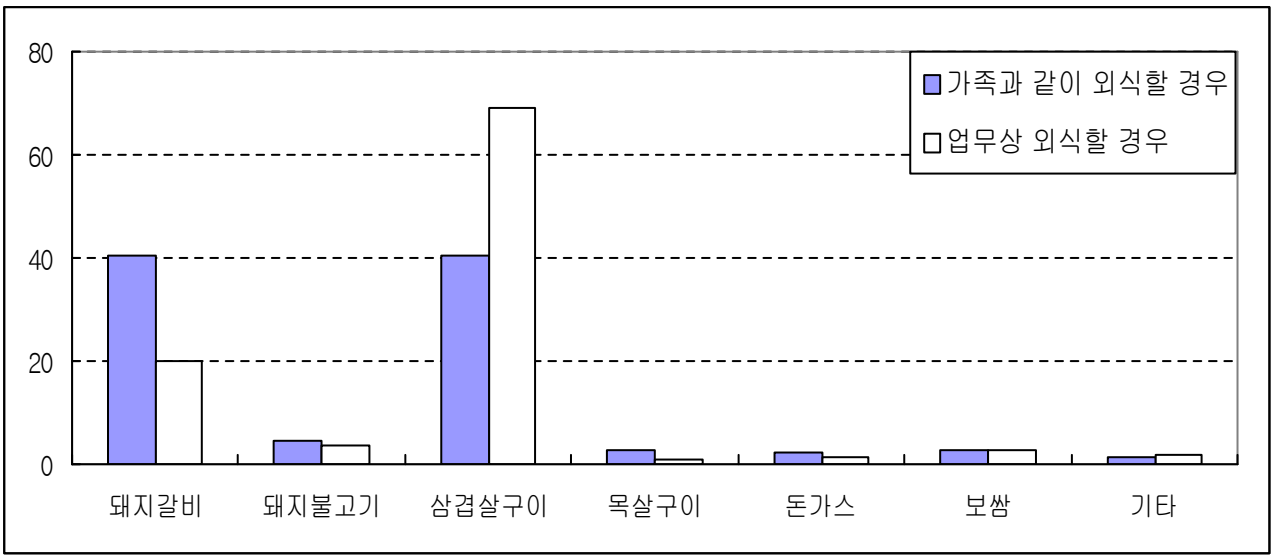
일반 소비자가 가족과 외식을 할 경우와 업무상 외식을 할 경우 즐겨 먹는 돼지고기를 묻는 질문에는 가족과 외식을 할 경우는 돼지갈비(40.6%)와 삼겹살 구이(40.5%)를 가장 즐겨 먹는 것으로 나타났으며, 반면에 업무상 외식을 할 경우 삼겹살 구이(68.9%)를 즐겨 먹는 것으로 나타났다.(표 2-15)

(표 2-15) 가족별 선호요리

(단위 : %)

구분	가족과 같이 외식할 경우	업무상 외식할 경우
돼지갈비	40.6	20.1
돼지불고기	4.5	3.8
삼겹살구이	40.5	68.9
목살구이	2.6	0.9
돈 가 스	2.1	1.4
보 쌈	2.9	2.7
기 타	1.4	1.7

(그림 2-9) 가족별 돼지고기 선호도



계층별로 보면 가족과 외식할 경우 돼지갈비를 선호하는 계층은 40대 이상(53.9%) 응답자가, 남성(38.0%)보다는 여성(54.6%)이, 그리고 자영업(54.1%)에 종사하는 응답자가 상대적으로 많았다. 반면 삼겹살 구이는 20대(46.0%)가, 여성(33.3%)보다는 남성(47.3%)이 많았으며(표 2-16), 가계소득이 200만원 미만(48.0%)인 계층에서 상대적으로 많이 나타났으며, 업무상 외식을 할 경우 전 계층에서 삼겹살 구이를 즐겨 먹는 것으로 나타났다.(표 2-17)

이와 같은 결과는 가족과 외식을 할 경우 대부분 부모와 자녀가 함께 동반하게 됨으로서 부모와 자녀가 함께 즐길 수 있는 부위를 선호하게 되는 것으로 추론할 수 있으며, 다만 업무상 외식을 할 경우 다양한 부위를 선택할 수 없다는 점에서 삼겹살 구이로 집중되는 현상이 나타났다고 할 수 있다.

(표 2-16) 가족과 외식할 경우

(단위 : %)

구 분	전체	연 령			가장 직업				가계 소득수준		
		20대	30대	40대 이상	회사원	자영업	공무원	농 업	200만원 미만	300만원 미만	300만원 이상
돼지갈비	46.0	40.9	41.7	53.9	42.9	54.1	47.6	48.1	46.2	48.0	43.8
삼겹살구이	40.5	46.0	43.9	33.6	44.3	30.6	28.6	37.0	42.5	39.4	38.8
돼지불고기	4.5	5.1	3.9	4.6	3.8	4.1	11.9	11.1	4.0	5.7	3.8
보 쌈	2.9	2.2	3.9	2.3	2.7	5.1	4.8		2.8	2.3	3.8
목살구이	2.6	2.2	3.1	2.3	2.7	4.1			1.6	2.9	3.8
돈가스	2.1	1.5	3.1	1.4	1.9	2.0	7.1		2.0	1.7	2.5
기 타	1.4	2.2	0.4	1.8	1.6			3.7	0.8		3.8

(표 2-17) 업무상 외식할 경우

(단위 : 명, %)

구 분	전체	연 령			가장 직업				가계 소득수준		
		20대	30대	40대 이상	회사원	자영업	공무원	농 업	200만원 미만	300만원 미만	300만원 이상
삼겹살구이	68.9	78.1	76.3	55.3	71.5	58.2	73.8	66.7	70.4	73.1	61.9
돼지갈비	20.1	11.7	18.0	27.6	18.2	30.6	16.7	22.2	18.2	20.6	22.5
돼지불고기	3.8	1.5	2.6	6.5	3.3	4.1	2.4	7.4	4.9	1.7	4.4
보쌈	2.7	1.5	1.3	5.1	2.7	2.0	4.8	3.7	2.0	2.3	4.4
기타	1.7	4.4	0.9	0.9	1.6	3.1			1.6		3.8
돈가스	1.4	1.5	0.9	1.8	1.4	1.0	2.4		1.2	0.6	2.5
목살구이	0.9	0.7		1.8	0.8				1.2	1.1	
무응답	0.5	0.7		0.9	0.5	1.0			0.4	0.6	0.6

4) 돼지고기의 소비 형태

(1) 돼지고기를 꺼리게 되는 이유

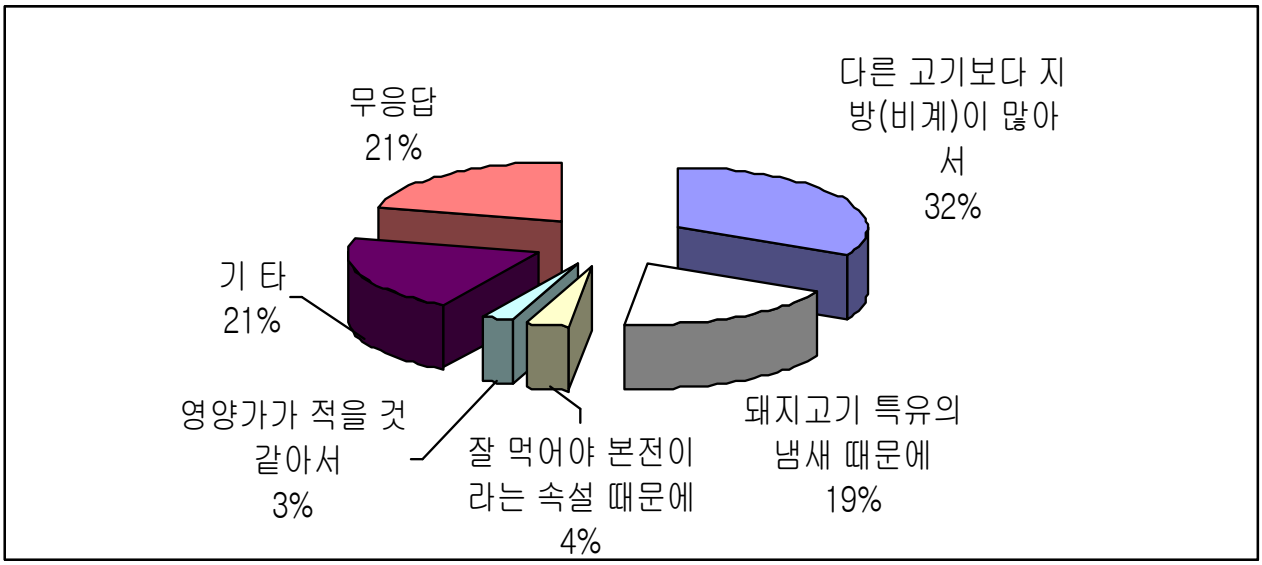
일반 소비자 중 만약 돼지고기를 구입하는데 꺼리게 되는 이유가 있다면 무엇이냐는 물음에 대해서는 다른 고기에 비해 지방(비계)이 많고(32.5%), 돼지고기 특유의 냄새(19.4%) 때문이라는 응답자가 가장 많았다. 잘 먹어야 본전이라는 속설 때문(3.6%)이라는 이유와 영양가가 적을 것 같아서(2.9%) 라는 응답자는 상대적으로 적게 나타났다. 특히 응답자 중 41.6%가 기타 사유와 무응답자로 돼지고기에 대한 특별한 거부감이 없는 것으로 해석되어질 여지가 있는 것으로 나타났다.(표 2-18)

(표 2-18) 돼지고기 구입꺼리는 이유

(단위: %)

구분	다른 고기에 비해 지방(비계)많아서	돼지고기 특유의 냄새 때문에	잘 먹어야 본전이라는 속설 때문에	영양가가 적을 것 같아서	기타	무응답
%	32.5	19.4	3.6	2.9	20.8	20.8

(그림 2-10) 돼지고기 비 선호 요인



(2) 삼겹살과 목살 이외 다른 부위를 구입한 경험이 경우 구입한 이유

삼겹살과 목살 이외의 다른 부위를 구입한 경험이 있는 소비자를 상대로 그 부위를 구입한 이유를 묻는 질문에 전체 응답자 중 86.8%가 삼겹살과 목살 이외 다른 부위를 구입한 경험이 있다고 답하였으며, 구체적으로 살펴보면 가족이 즐겨먹는 요리재료로 적합해서가 25.1%, 값이 싸다는 이유가 22.3%, 지방(비계)이 없거나 적어서 라고 응답한 경우가 17.2%, 맛이 좋아서라는 응답자는 14.6%로 나타났다.

반면에 1.9%는 TV 광고 등의 영향을 받아서 라고 응답하였다.(표 2-19) TV 광고 등의 영향으로 구입했다는 응답 비율이 적은 것은 본 설문조사 시점이 2005년 11월로 양돈자조금 관리위원회에서 제작 방영한 돼지고기 홍보 광고를 개시한지 1개월 정도 경과시점으로 TV 광고 효과가 일반소비자에게 충분히 확산되지 못한 것으로 보인다.

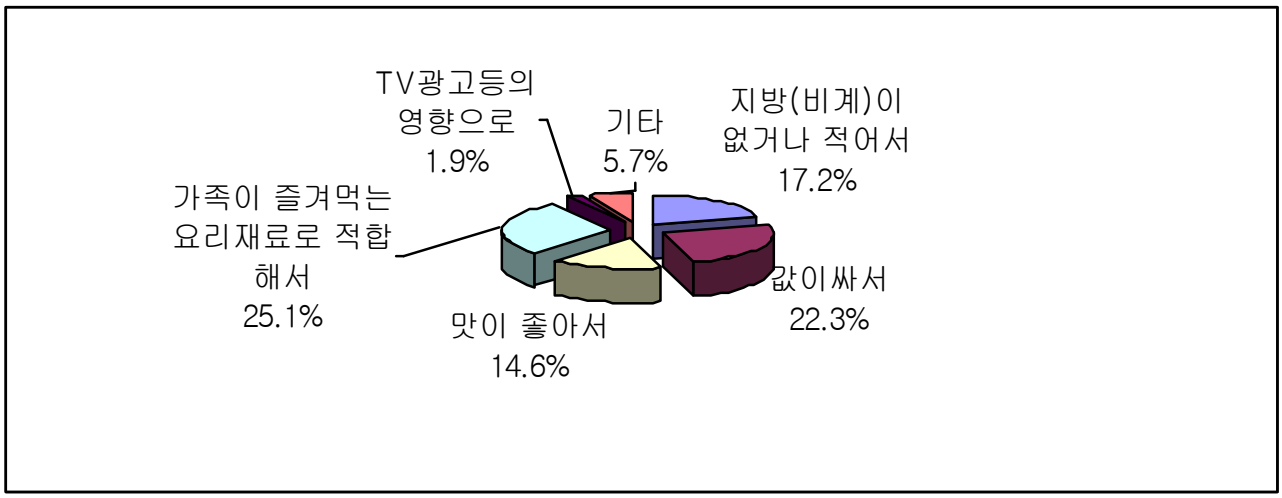
또한 본 설문 조사결과(표 2-31)에 의하면 응답자 중 66.5%가 돼지고기 홍보 광고의 접촉 경험이 있는 것으로 나타났으나 단지 광고 접촉만으로 삼겹살과 목살 이외의 부위 구입에 나서지 않고 있음을 보여주고 있다.

(표 2-19) 삼겹살과 목심이외 다른 부위 구입 이유

(단위: %)

구 분	지방(비계)이 없거나 적어서	값이 싸서	맛이 좋아서	가족이 즐겨먹는 요리재료로 적합해서	TV광고 등의 영향을 받아서	기 타
비율	17.2	22.3	14.6	25.1	1.9	5.7

(그림 2-11) 삼겹살 및 목심 외 부위 구입이유



계층별로 살펴보면 40대 이상과 여성 응답자 중에서 지방(비계)이 없거나 적어서 삼겹살과 목살이외 부위를 구입한 사유가 각각 22.6%와 23.4%로 상대적으로 많았다. 직업별로 보면 회사원과 농업인은 가족이 즐겨먹는 요리가 적합해서라는 응답이 25.5%와 33.3%, 자영업자와 공무원은 지방(비계)이 없거나 적어서라는 응답이 26.5%와 23.8%로 나타났으며, 가계별 소득수준으로 보면 200만원 미만은 가격이 싸서(28.7%), 200만원~300만원 미만은 지방(비계)이 없거나 적어서(20.6%), 300만원 이상 가계소득층은 가족이 즐겨먹는 요리 재료로 적합해서(29.4) 삼겹살과 목살이외의 부위를 구입한 것으로 나타났다.(표 2-20)

한편 삼겹살과 목살 이외 부위를 구입한 경험이 없다면 구입을 꺼리는 이유에 대한 질문에 대해서는 구입경험이 없다는 응답자는 13.2%로 나타났으며, 그 이유도 특징적인 것이 없는 것으로 나타났다. 대부분의 일반 소비자는 삼겹살과 목살 이외의 부위를 요리의 종류에 맞추어 한번 이상 구입한 경험이 있는 것으로 보이며, 다만 그 구입 빈도가 삼겹살이나 목살의 구입빈도에 미치지 않고 있음을 알 수 있다.(표 2-21)

(2-20) 삼겹살과 목살이외 다른 부위 구입 이유에 대한 계층별 분포

(단위: %)

분	전체	연 령			성 별		가장 직업				가계 소득수준		
		20대	30대	40대 이상	남성	여성		자영업	공무원	농 업	200만원 미만	300만원 미만	300만원 이상
즐겨먹는 요리재료로 적합해서	25.1	21.2	25.9	26.7	25.3	24.8	25.5	21.4	23.8	33.3	25.1	21.1	29.4
값이 싸서	22.3	21.9	25.0	19.8	25.3	19.1	23.1	18.4	16.7	18.5	28.7	20.6	14.4
지방(비계)이 적어서	17.2	15.3	13.2	22.6	11.3	23.4	15.8	26.5	23.8	3.7	12.6	20.6	20.6
맛이 좋아서	14.6	19.0	14.5	12.0	15.3	13.8	15.2	11.2	16.7	11.1	15.0	12.6	16.3
무응답	13.2	13.9	14.5	11.5	14.0	12.4	13.0	14.3	11.9	22.2	13.4	16.0	10.0
기타	5.7	5.8	6.6	4.6	7.0	4.3	5.2	6.1	4.8	11.1	4.5	5.7	7.5
TV광고 영향	1.9	2.9	0.4	2.8	1.7	2.1	2.2	2.0	2.4		0.8	3.4	1.9

(표 2-21) 삼겹살과 목살이외 다른 부위 구입 기피 이유

(단위: %)

구분	요리방법 몰라서	요리가 번거로 와서	맛이 없어서	판매하는 곳이 없어서	가족 중 좋아하는 사람 없어서	부위별 구분기준을 잘 몰라서	기타
비율	2.6	0.9	3.8	0.2	3.1	2.4	0.3

(3) 돼지고기를 주로 구입하는 장소와 그 이유

일반 소비자를 대상으로 돼지고기를 구입하는 장소와 그 이유를 묻는 질문에는 33.8%가 농축협매장(하나로 마트 포함)을 이용하고 32.1%는 대형할인점을 이용한다는 응답자가 많았다. 정육점을 이용하다는 응답자는 24.1%, 4.6%는 백화점 식품코너, 2.7%가 수퍼마켙, 2.6%는 기타 장소를 이용한다고 나타났다.(표 2-22) 이들이 선택한 장소에서 구입하는 이유로 농축협매장은 품질이 믿을 수 있어서(67.0%)와 구입처의 고기질이 좋아서(27.4%) 이용한다고 응답하였으며, 대형할인점은 한꺼번에 장을 볼 수 있어서(38.0%)와 신선도가 유지되어서(20.9%) 이용한다는 응답자가 상대적으로 많았다.

또한 정육점은 거리가 가까워서(40.0%), 구입처의 고기질이 좋아서(30.7%) 이용하며, 백화점 식품코너는 신선도가 유지되어서(33.3%), 품질을 믿을 수 있어서(29.6%) 이용한다는 응답자가 상대적으로 많았다.(표 2-23). 이는 주로 돼지고기의 품질과 신선도에서 믿고 찾을 수 있는 대형 판매점을 주로 이용한다는 것을 보여 주고 있다.

농축협매장을 찾는 주요 소비계층은 30대(45.2%)와 남성(39.7%), 직업은 농업(51.9%)에 종사하는 응답자와 200만원 미만(37.7%) 가계 소득자가 주로 이용하는 것으로 나타났으며, 대형할인점의 경우 40대 이상(36.4%), 여성(35.1%), 자영업(39.8%), 300만원 이상(37.5%)의 가계소득 계층이 이용하는 것으로 나타났다. 정육점은 40대 이상(31.3%), 여성(26.2%), 자영업(30.6%), 300만원 이상(27.5%) 가계소득층이 주로 이용한 것으로 나타났다.

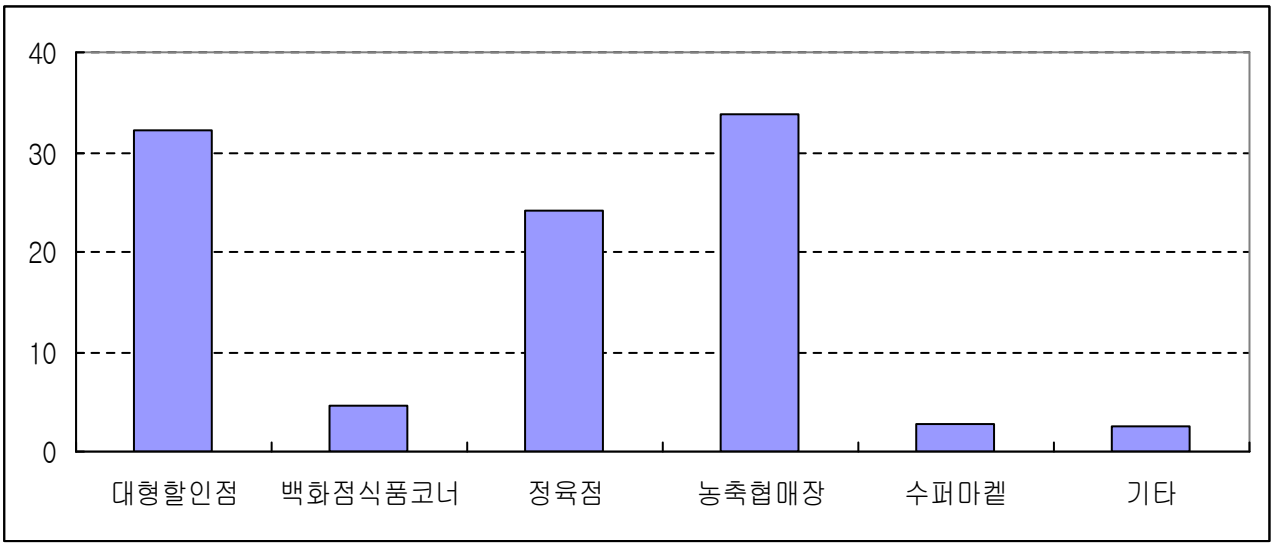
이는 일반소비자의 계층별 구입장소가 연령별 성별 가계소득 수준에 따라 다르게 나타남으로써 향후 돼지고기 홍보 전략적 차원에서 검토되어야할 부분이라고 판단된다.

(표 2-22) 돼지고기 구매 장소

(단위 : %)

구 분	대형할인점	백화점식품 코너	정육점	농축협매장	수퍼마켙	기타
비 율	32.1	4.6	24.1	33.8	2.7	2.6

(그림 2-12) 돼지고기 구매장소



(표 2-23) 돼지고기 구매 장소를 이용한 이유

(단위 : 명, %, 2가지선택)

구분	대형 할인점	백화점 식품코너	정육점	농축협 매장	수퍼마켙
응답자수	187	27	140	197	16
품질을 믿을 수 있어서	24.6	29.6	26.4	67.0	12.5
구입처의 육질이 좋아서	7.5	11.1	30.7	27.4	18.8
신선도가 유지되어서	20.9	33.3	17.1	19.8	6.3
한꺼번에 장을 볼 수 있어	38.0	18.5	2.1	2.5	18.8
거리가 가까워서	5.9	-	40.0	6.1	31.3
가격이 싸서	13.9	3.7	10.0	12.7	12.5
쇼핑이 편리해서	16.0	18.5	5.7	3.6	18.8
부위별 선택이 쉬워서	7.5	7.4	4.3	3.0	6.3
기타	0.5	-	1.4	1.5	-

(4) 돼지고기 구입시 중요하게 생각하는 기준

일반 소비자가 돼지고기를 구입할 때 가장 중요하게 생각하는 것이 무엇이냐는 질문에 복수로 답하도록 한 결과 돼지고기의 맛(74.4%)을 가장 중요하게 생각한다고 응답하였다. 그 다음으로 고기의 가격(27.0%)과 요리할 음식의 종류(21.6%), 영양가(9.1%), 항생제나 방부제의 처리 여부(7.4), 기타(1.7%), 요리의 난이도(1.2%) 순으로 나타났다.(표 2-24)

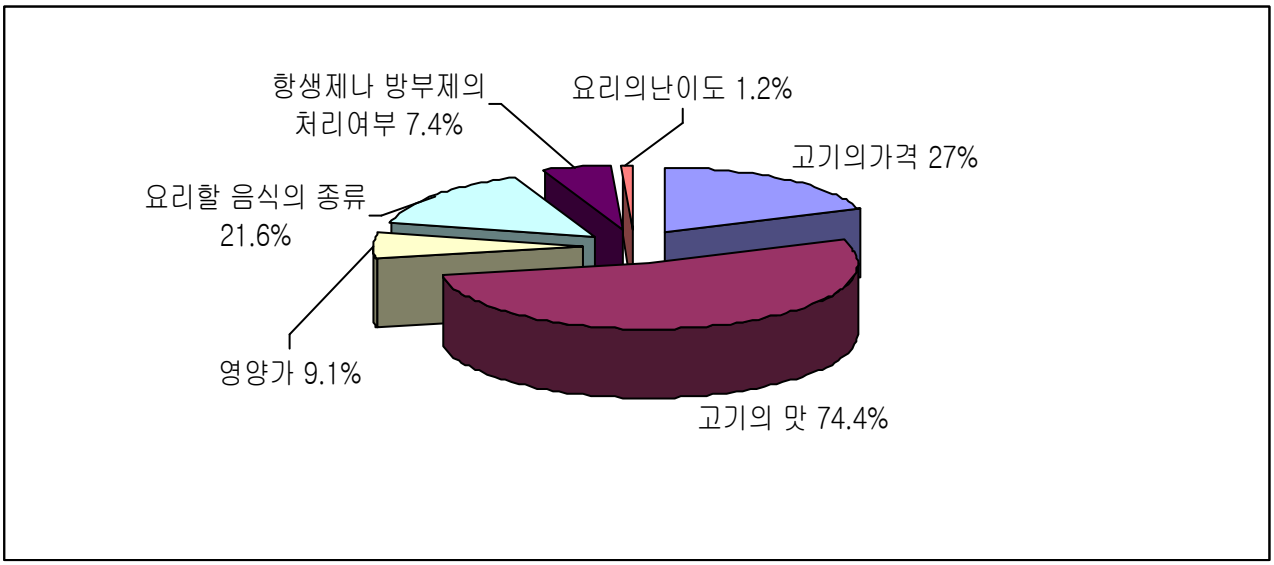
이는 돼지고기를 소비함에 있어 요리의 난이도를 감안하기 보다는 고기의 맛이나 가격을 더 많이 고려하며 특히 요리할 음식의 종류를 감안하여 구입에 나선 것으로 보여진다.

(표 2-25) 돼지고기 구매시 기준

(단위:%, 2가지 선택)

구분	가 격	맛	영양가	요리종류	항생제나 방부제의 처리여부	요리의 난이도	기 타
비율	27.0	74.4	9.1	21.6	7.4	1.2	1.7

(그림 2-13) 돼지고기 구입기준



5) 돼지고기 브랜드 선호도 및 가격 프리미움

(1) 돼지고기 브랜드 선호도

설문에 응답한 일반 소비자들은 돼지고기 브랜드를 아주 선호한다와 비교적 선호하는 편이라는 응답자가 73.4%로 나타났다.(표 2-26) 이는 정부의 브랜드 육성 정책에 따른 소비자의 브랜드 인지도가 높아진 것으로 보이며 특히 목우촌(26.1%)을 가장 선호하며 그 다음은 포크밸리(17.4%), 도드람 포크(16.0%), 제주포크(10.5) 순으로 나타났다.

(표 2-26) 돼지고기 브랜드 선호

(단위:%/582명)

구분	아주 선호한다	비교적 선호하는 편이다	브랜드 여부를 상관하지 않는다
비율	22.9	50.5	26.6

(2) 가격 프리미움

돼지고기 품질이 좋고 신선하며, 안전하다고 인정된다면 현재의 가격보다 얼마나 더 비싸도 돼지고기를 구입할 것인지에 대한 질문은 응답자 중 49.1%가 현재의 구입가격보다 “10% 비싸도” 구입하겠다고 답하였으며, 24.7%는 “20% 비싸도” 구입하겠다는 응답을 하였다. 응답결과 고품질과 안정성이 확보된다면 비싼 가격으로라도 구입하겠다는 의향이 있는 것으로 판단된다. 이번 조사에서 돼지고기 고품질에 의한 가격 프리미움 수준은 평균 약 22.6%(가격에 구애받지 않음을 60%로 계산)인 것으로 나타났다.(표 2-27)

(표 2-27) 현재보다 더 비싸도 구입할 가격

(단위:%/582명)

구분	10% 더 비쌈	20% 더 비쌈	30% 더 비쌈	40% 더 비쌈	50% 더 비쌈	가격에 구애 받지 않음	기타
비율	49.1	24.7	8.2	0.5	1.9	15.1	0.3

6) 돼지고기 정보 입수 방법과 홍보

(1) 돼지고기에 대해 원하는 정보

돼지고기에 대해 가장 알고자하는 내용이 무엇이냐는 질문에는 안전성과 위생조건에 대한 정보(54.3%)를 가장 많이 알고 싶어하며, 그 다음으로 부위별 요리방법(22.2%), 돼지고기 가격(15.5), 생산농가 및 육가공업체에 대한 정보(7.2%), 기타(0.7) 순으로 나타났다.(표 2-28)

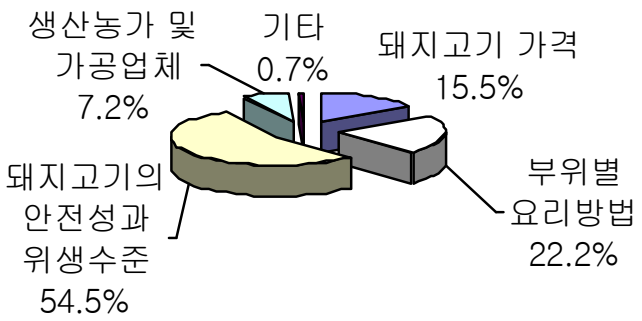
일반적으로 돼지고기에 대한 안전성과 위생조건에 더 많은 관심을 가지고 있으며, 상기 가격 프리미움 조사 결과처럼 품질에 대한 안전성과 위생이 확보된다면 현재가격보다 비싼 가격에도 구입의사가 있음을 보여주는 것이다.

(표 2-28) 소비자가 선호하는 돼지고기 정보

(단위 : %)

구분	가격정보	요리방법	안전성과 위생	생산농가 및 가공업체	기타
비율	15.5	22.2	54.5	7.2	0.7

(그림 2-14) 소비자가 선호하는 돼지고기에 관한 양돈정보



(2) 돼지고기에 대한 정보 입수 채널

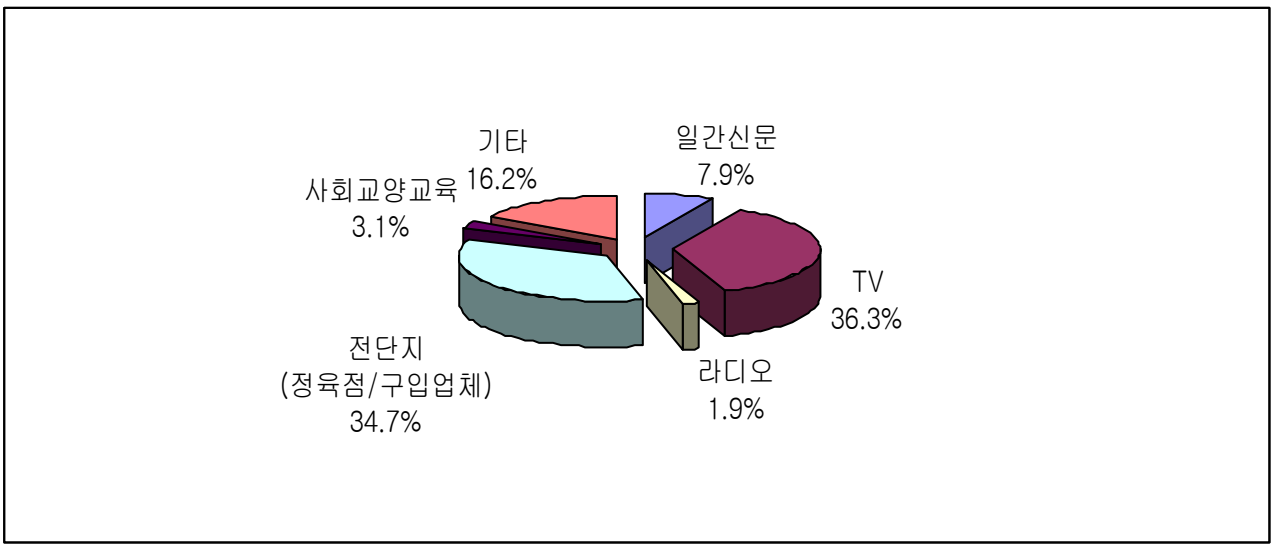
돼지고기에 대한 정보를 입수하는 채널은 TV(36.3%)를 가장 선호하며, 그 다음은 전단지(34.7%)로 나타났다. 특히 TV를 통해 돼지고기 정보를 입수하는 층은 남성보다는 여성이 상대적으로 높았으며, 공무원 종사자와 300만원 이상 가계소득층에서 상대적으로 높게 나타났다.(표 2-30)

(표 2-30) 소비자가 선호하는 돼지고기 정보입수방법

(단위 : %)

구분	일간신문	TV	라디오	전단지 (정육점/구입업체)	사회교양교육	기타
비율	7.9	36.3	1.9	34.7	3.1	16.2

(그림 2-15) 소비자가 원하는 정보전달 방법



(3) 돼지고기 홍보 접촉 경험

최근 양돈자조금에서 돼지고기 홍보를 TV나 라디오 등을 통해 집중적으로 하는 등 돼지고기 홍보에 적극 나서고 있다. 이에 일반 소비자들의 돼지고기 홍보 접촉 경험을 조사 것을 보면 응답자 중 66.5%가 접촉한 경험이 있다고 답하였으며, 30대와 남성이 그리고 직장인이 상대적으로 많이 접촉한 것으로 나타났다.(표 2-30)

(표 2-31) 돼지고기 홍보(TV/라디오) 접촉

(단위: %, 2가지 선택)

구 분	접촉경험 있음(387명)	없음(195명)
비 율	66.5	33.5

또한 돼지고기 홍보를 접촉하고 그 반응을 묻는 질문에는 접촉자 53.7%가 돼지고기를 먹고 싶은 느낌이 들었다고 응답한 반면 그저 그렇다라는 응답은 43.4%, 돼지고기를 먹고 싶지 않았다라는 응답은 2.8%로 나타났다. 돼지고기 홍보 내용 중 개선사항이 있다면 무엇인지에 관한 응답은 TV 전달내용이 45.7%, 방영시간대는 28.9%, 출연진이 6.2%로 TV 전달내용을 보다 명확화 할 필요성이 있는 것으로 나타났다.(표 2-31)

(표 2-31) 홍보 접촉시 구매유발 정도

(단위 : %)

구 분	돼지고기 먹고 싶었다	그저 그렇다	돼지고기 먹고 싶지 않았다
비 율	53.7	43.4	2.8

2. 돼지고기 소비자 인식 및 소비 홍보 촉진 전략

1) 돼지고기의 소비촉진 전략 일반론

일반적으로 제품 소비를 촉진하는 일반적인 방법으로 광고, 인적판매, 홍보, 판매촉진이 있다. 이러한 방법들은 홍보 전략 수립에 중요한 수단이 되며 그 결과에 대한 성패를 좌우한다.

광고(Advertising)란 명시된 광고주에 의해 아이디어, 상품 또는 서비스가 비 인적으로 제의되고 촉진되는 유료 형태 (미국 마케팅협회) 또는 소비대중에게 자기 제품의 판매나 서비스의 이용을 궁극적인 목표로 삼고, 이에 필요한 정보를 미디어를 통해 유료로 전달하는 일체의 행위" (미국 광고대행사 협회)라고 할 수 있다. 즉 유료성, 광고주의 명시성, 비인적 제시, 아이디어・상품 또는 서비스의 제시 등과 같은 특징이 있다.

인적판매(Personal selling)란 판매원이 직접 고객과 대면하여 자사의 제품이나 서비스를 구입하도록 권유하는 커뮤니케이션 활동을 말하며 일반적인 판매활동이 인적판매에 속한다. 비인적 판매인 광고가 고객에게 상품 또는 서비스에 관한 정보를 제공하고 설득하게 되는 일방적인 커뮤니케이션의 도구인 반면 인적판매는 면접을 통해 구매결정을 직접 자극하게 되는 쌍방향적인 커뮤니케이션 도구이다

홍보(Public relations)란 특정되어지는 고객에게 기업활동에 대한 지식 및 정보를 제공하여 제품 및 서비스에 대한 소비를 촉진시키고자 수행하는 것으로 광고와는 달리 낮은 비용으로 TV, 신문, 잡지 등 언론매체에 정보를 제공하고 매체에 기사화를 유도하는 수단이다.

홍보의 가장 큰 장점은 홍보대상이 뉴스의 형태로 취급된다는 점이다. 때문에 홍보는 상업적인 설득이 아니라 미디어가 제공하는 뉴스물의 내용에 포함되기 때문에 광고보다는 높은 신뢰를 얻게 된다. 또한 홍보는 상대적으로 비용측면에서 효율적이며 광고를 통해 복잡하고 장문의 메시지를 설명하는 것보다는 융통성이 있고 많은 기회를 제공한다.

판매촉진(Sales promotions)이란 광고, 인적판매, 홍보활동을 보다 효율적으로 진행하기 위해 일정한 기간동안 일부 표적화된 고객들에게 특별한 조건의 거래를 제공하는 것으로 정의되는 활동으로서 시장반응이 보다 빠르고 강력하게 움직이도록 자극하기 위해 기획되는 단기적인 유인책을 말한다. 일반 소비자를 대상으로 판매촉진을 하는 경우 경품, 쿠폰, 견본, 특가판매, 공개시연, 컨테스트, POP 등 다양한 방법이 이용된다.

이러한 다양한 소비 촉진방법을 통한 돼지고기 소비촉진이 성공하기 위해서는 소비자가 다른 육류에 비해 돼지고기의 우수성을 인식함으로서 높은 수준의 만족도와 친밀감으로 이를 소비하고 주위에 확산시킬 수 있는 여건이 필요하다. 돼지고기 홍보 활동을 집중시키기 위해 환경과 상황이 조화를 이루어 홍보 효과가 최대화 되도록 마케팅 믹스 즉 상품이나 서비스(produet), 판매장소(place), 가격(price), 판매촉진의 형태(promotion) 등(4Ps)이 원활한 수행이 되도록 하는 것이 필수적이다. 돼지고기에 대한 소비촉진 효과를 높이기 위해서는 이러한 마케팅 믹스의 모든 요소들을 돼지고기 소비촉진에 결합시키고, 각 요소의 기능을 유기적으로 결합하여 동원함으로써 전체적인 돼지고기 소비 촉진을 실시해야 한다.

2) 소비자를 대상으로 지속적인 정보제공 시스템 구축

일반 소비자를 위한 정보를 장기적이고 지속적으로 제공하는 시스템이 구축되어야 한다.

설문조사에서도 알 수 있듯이 가정이나 외식의 경우 20~30대 연령층에서 돼지고기 소비를 즐겨 먹는 것으로 조사되었다. 이들 계층은 향후 돼지고기 소비에 있어서 주도적 계층을 형성한다. 돼지고기 주 소비계층에 대한 배려와 계층별 관심정보를 차별화하고 지속적인 홍보관리가 필요한 것이다. 돼지고기의 안정성이나 가격, 요리방법 등 관심정보를 지속적으로 끌 수 있는 정보를 제공함으로서 돼지고기를 소비하는데 거부감을 줄이는 노력을 계속해야 한다.

일반소비자는 고기의 맛이나 가격 그리고 평소 즐기는 식습관을 고려하여 돼지고기를 구입하고 있는 반면 정작 돼지고기에 대한 정보는 돼지고기의 안전성과 위생수준, 부위별 요리방법, 돼지고기의 가격 등을 더 알고 싶어한다. 그러나 이러한 정보를 구하고자 할 경우 단편적으로 생산자의 필요에 의해 정보가 제공되며 일반 소비자가 정

작 원하는 정보를 집중 제공하는 곳이 많지 않다는 것이다. 분산된 돼지고기 정보제공을 토탈 정보제공 시스템으로 정비할 필요가 있는 것이다. 즉 공공성을 부여한 정보매체의 집중 개발이 필요하다.

현재 일반소비자가 돼지고기에 대한 정보를 대부분 TV 등 대중매체를 이용하거나 판매처의 전단지 등을 통해 단편적으로 얻고 있는 것으로 나타났다. 정부나 양돈관련 단체 등에서 각각의 정보 제공 매체를 대부분 운용하고 있으나 일반소비자가 특정정보를 알고자 할 경우 특정 정보 제공 매체마다 따로 접촉을 시도해야 하는 번거로움이 있다.

대중매체를 이용한 공익 성격의 소비촉진 정책은 계속 시행되어야 하나 양돈관련 기관이나 단체 등에서 발행되고 있는 소식지 등이 양돈관련 종사자에게 주로 제공되는 것과는 차별화하여 순수 일반 소비자를 위한 매개체가 존재해야 한다.

돼지고기의 영양학적 특성을 일목요연하게 제공하고 또한 돼지고기 부위별 소도매 가격의 실시간 제공, 돼지고기의 품질의 안정성 등을 돼지고기 관련 정보를 소비자에게 직접제공할 수단이 개발되어야 한다. 대부분의 소비자들은 적극적으로 특정 매체를 일부러 찾아 적극적으로 정보를 활용하지는 안는다. 쉽고 간단하게 접촉할 수 있는 매체를 활용할 뿐이다. 일반 소비자가 가장 필요로 하는 정보가 무엇인지를 수시로 모니터링하여 소비시장의 욕구에 부응하는 정보를 계속적으로 제공함으로써 돼지고기와의 접촉율을 높이는 것은 소비촉진의 효과를 극대화하는 방편이다.

3) 다양한 홍보수단의 개발

현재 돼지고기 홍보방식을 보면 TV, 라디오 등 매스미디어를 통한 불특정 다수를 대상으로 한 소비촉진과 양돈단체의 소식지, 이벤트나 행사의 지원, 관련단체의 돼지고기 교육 지원 등 한정된 계층을 목표로 한 단편적이고 지엽적인 방법 등이 이용되고 있다.

이러한 홍보수단과 더불어 특정 목표계층을 표적으로 하는 계절별 테마광고, 양돈테마공원, 양돈산업체험 행사(농가, 육가공공장, 판매장 등), 전국 권역별 돼지고기 홍보관 유치 등 소비자와 접근을 위한 다양한 방법을 개발하여 지속적으로 소비자의 관심을 유도하는 방법이 고려되어야 한다.

인터넷 등 우리나라 IT산업은 세계적인 수준에 있다. 연예인이나 유명인사를 통한 광고 또한 돼지고기 소비촉진을 위해서는 매우 중요한 수단임엔 틀림이 없다. 그러나

이제보다 다양한 홍보 방법이 동원되어야 한다. 가령 양돈 전문 인터넷 방송의 운용을 예로 들 수 있다. 이 채널을 통해 양돈관련 방송을 소비자와 직접 접촉할 수 있는 수단으로 활용할 수 있으며 많은 정보를 제공할 수도 있다. 더 나아가 양돈전문 케이블 방송과 같은 채널 운용도 고려해 볼 수 있다.

4) 일반 소비자 접근 용이한 요리법 개발

설문조사 결과에서 보면 가정이나 외식에서의 요리 소비 형태는 구이를 주로 선택하고 있는 것으로 나타났다. 이는 가정에서의 가사노동 시간을 줄이고 복잡하지 않는 요리법으로 간편하게 먹고자하는 소비심리가 반영된 결과다.

현재 TV나 잡지, 요리책자 등 요리방법을 소개하는 것을 보면 지나치게 전문가적인 소양이 필요하다는 느낌을 지울 수가 없다. 일반 국민의 생활 패턴은 빠르고 간편함을 추구한다. 돼지고기 요리법 또한 이에 부응하는 노력이 절실하다. 물론 전문적 지식이 필요로 하는 전문요리는 전문 요리종사자의 몫일 것이다. 그러나 일반 소비자는 전문적 지식이 아니어도 쉽고 번잡스럽지 않는 요리법을 통하여 더 많은 돼지고기 소비를 할 수 있도록 유도되어야 한다. 가령 부위별로 대표할 수 있는 새로운 간편 요리를 개발하고 이를 다양한 홍보수단으로 이용하고 집중적으로 홍보한다면 이를 통한 다양한 요리법으로 확산됨으로써 편중된 식문화 개선의 효과도 이루는 성과를 기대할 수 있을 것이다.

5) 돼지고기를 상징할 캐치플레이즈(Catch phrase)개발 및 보급

홍보에서의 캐치플레이즈는 일반 소비자들이 얼마나 광고에 관심을 가지느냐에 중요한 변수로 작용한다. 캐치플레이즈는 홍보하고자하는 전체 내용을 대표하는 것으로 본문 내용을 한번에 파악하는 효과를 내어 소비자에게 강력한 이미지를 남겨야 한다.

지금까지 2001년도에 “돼지고기는 어딜 먹어도 맛있다”라는 컨셉으로 광고를 실시하였고 현재 “안심, 등심, 뒷다리살, 우리 돼지고기 웰빙삼총사로 골라먹자”라는 컨셉으로 돼지고기 광고를 시행하고 있다. 이러한 문구들은 그 당시 광고 내용에 맞는 문구를 이용한 것으로 돼지고기를 대표할 수 있는 캐치플레이즈라고 할 수는 없을 것이다.

가령 모 침대업체의 “침대는 가구가 아닙니다. 과학입니다”라든가 “잠들기 전에 꼭 자일로톨 껌을 씹으세요” 라는 제과업체의 광고 슬로건들은 기존의 상식을 뒤엎고 다

시 생각해 보는 캐치플레이즈를 이용함으로써 시장 판도를 완전히 바꾼 좋은 예가 된다.

광고 기획당시의 상황을 반영한 슬로건은 마땅히 존재해야 하나 돼지고기 전체를 대표하는 캐치플레이즈는 홍보 효과를 극대화하는데 꼭 필요한 존재인 것이다.

돼지의 특성이나 가치를 잘 표현하는 캐치플레이즈의 개발하고 지속적으로 활용한다면 돼지고기에 대한 친근감은 한층 더 심화되고 소비자의 마인드를 바꾸어줄 중요한 키워드가 될 것이다.

6) 홍보관련 전문인력 육성과 재정적 지원

홍보분야 전문 인력의 육성은 더욱 알차고 내실있는 홍보 전략을 세울 수 있는 첩경이다. 전문지식이 수반되지 않는 감각적이고 즉흥적인 홍보전략은 홍보 목표의 방향성을 상실할 우려와 홍보 효과의 반감현상을 초래할 수 있다.

전문인력 확보를 통한 체계적이고 계획적인 소비촉진 정책이 시행되어야 하며 이에 수반하는 재정적 지원의 뒷받침은 필수 불가결한 조건이 아닐 수 없다. 투자없이 좋은 상품을 개발 생산할 수 없듯이 홍보 인력에 대한 투자 역시 제품의 생산성측면에서 고려되어야 할 문제라고 판단된다. 다행이 양돈자조활동자금이 조성되어 소비 촉진 사업에 투입되고 있어 이 부분의 지원이 검토됨이 바람직할 것이다.

7) 돼지고기 소비 촉진을 위한 종합 씽크 탱크의 구축.

상기에 기술한 내용을 구체적이고 체계적으로 기획하고 실행하며 모니터링을 통한 피드백이 가능한 체계를 구축하는 일이 우선되어야 한다.

상기에서 서술한 바와 같이 돼지고기 소비 촉진 정책이 문어발식이며, 단편적인이고 지엽적인 지원과 광고를 통해서 이루어지고 있음을 지적한 바 있다. 돼지고기의 소비촉진 홍보만을 전담하고 실행할 수 있는 통합 관리체계가 필요하다. 현재와 같은 운용방식은 시간적 경제적인 낭비요소를 제대로 제어할 수 있는 기능이 미약하고 피드백 기능 또한 미약한 실정이다. 전체적으로 전문인력에 의해 기획되고 제작 통제하며, 실행되어 그 성과를 수시로 모니터링 할 수 있는 일관된 체계이어야 만이 적은 비용을 투입하고도 최대의 효과를 가져올 수 있기 때문이다. 가령 양돈자조활동자조금 내에 돼지고기 소비촉진만을 전담하는 별도 사업 부서를 운용하거나 외부의 홍보전문 사업체와 제휴를 통해 협력관계를 이룰 수도 있을 것이다.

이와 같은 소비자가 원하는 정보의 정확한 전달체계 확립과 지속적이고 다양한 홍보수단의 개발, 홍보관련 전문인력의 확보를 위한 재정적 지원, 일반 소비자가 쉽게 접근하고 응용할 수 있는 부위별 간편한 요리법 개발 그리고 이러한 부분을 종합 관리하고 실행할 씽크 탱크의 구축 등이 이루어진다면 돼지고기의 특정형태에 편중된 소비형태는 개선될 것이며 안정적이고 지속적인 양돈산업의 발전에 기여하게 될 것이다.

이밖에 돼지고기 소비확대를 위해서는 초중고학교 및 대학교 학생을 대상으로 돼지고기가 건강에 유익한 식품이라는 의식 교육과 요리방법에 대한 교육을 체계적으로 실시하는 것이 바람직할 것이다.

또한 기존의 돼지고기 요리에 대한 자료를 집대성하여 가정 주부를 대상으로 배포하며, 더불어 가정에서 간편하게 요리가 할 수 있는 제품 즉 즉석냉동 돈가스 등에 대한 보급과 홍보가 필요할 것이다.

이러한 노력들은 지속적이고 장기적으로 이루어질 때 돼지고기 소비는 증가하고 더불어 양돈농가와 소득과 육가공 및 유통업체의 적정이윤 보장으로 우리 나라 양돈산업은 성장할 것이다.

제 Ⅲ 장. 돼지고기 수출 현황과 효과적인 수출전략

1. 돼지고기 수출실적과 현황

1) ‘00년(구제역 발생)이전 돼지고기 수출실적

우리 나라 돼지고기 수출은 ‘68년도에 최초로 27톤(28천$)을 일본에 시험 수출한 이후 ‘71년도 일본의 돼지고기 수입자유화에 따라 민간업체 중심으로 연간 124톤(136천$)을 수출되었다.

또한 정부의 제3차 경제개발 계획(‘72~’76)에 의한 수출증대시책에 따라 민간업체 위주에서 정부주도로 체제를 전환하여 돼지고기 수출계획을 수립하였고 양돈산업을 축산농가 소득증대 품목으로 선정하면서 본격적으로 추진되었다. 그 당시에는 고품질 돈육생산을 위해 원종돈을 수입하여 종돈을 분양하였고, 민간 종돈장을 지정하여 종돈생산 보급에 앞장섬과 동시에 수출 도축장을 설치하였으며 돼지고기 증산 수출사업회를 설립하여 수출 정책을 추진하였다.

또 돼지 사육두수 증가로 가격이 폭락하여 수출 증가가 가능하였으나 연평균 4,600톤으로 수준에 불과하였고, ‘78년도에는 국내 돼지가격 폭등으로 돼지고기는 수급조절 차원에서 수출중단 조치를 취하게 되었다. 돼지고기 대일 수출중단으로 일본 수출 신용이 저하되었고 이로 인해 수출기반이 붕괴되는 하나의 계기가 되었다.

’80년대에 들어 국민 소득 수준의 증대에 의해서 육가공제품의 소비가 증가됨에 따라 햄, 소세지 원료 확보차원에서 용인 자연농원 등 대기업이 양돈업에 참여하기 시작하였다. 그러나 대일 수출은 국내 수급안정 차원에서 국내 생산이 부족하여 폭등할 경우 수출이 중단되고, 가격이 폭락할 경우 수출을 추진하는 형태를 취함으로서 대외적인 무역신뢰도 하락하고, 수출가격도 수출경쟁국에 비해서 낮을 수밖에 없었다.

한편 ‘90년대에 접어들어서 지난 ‘93년 UR협상과 관련하여 돼지경쟁력제고 대책을 수립·추진하여 대일 수출을 체계적으로 추진하게 되었으며, 이를 위해서 먼저 규격돈 생산체계를 확립코자 양돈단지, 양돈계열화 사업 및 수출단지(이후 품질개선단지로 개칭)를 조정하여 시설개선과 시설확충 등 규모화를 도모했다.

특히 ’94년에 정부차원에서 본격적으로 수출종합대책을 수립하여 수출단지를 조성하고 수출장려금, 수출잔여육 처리자금 지원사업을 추진하였고, 전문수출조직인 한국육류수출협회를 설립하여 돼지고기 수출촉진을 위한 조사연구, 지도교육, 및 홍보사업을

본격적으로 실시했다.

‘90년대에 대일 돈육 수출을 위한 돼지사육 기반조성과 수출관련 지원사업으로서 생산농가와 수출가공업체에 지원한 총 금액은 (표 3-1)에서와 같이 9,777억원으로 양돈단지는 86개소, 계열화업체는 14개소 및 수출잔여육 및 규격돈 구매자금은 139억원, 수출가공장 시설개선지원 자금은 117억원이었다.

(표 3-1) ‘90년대 돼지 사육기반조성 및 수출관련지원사업

구 분	지원금액 (억원)	비 고
돼지 경쟁력강화사업	6,580	축사 및 종돈장 시설개선
양돈단지 및 계열화 사업	2,177	단지(86개소), 계열화(14개소)
수출단지(품질개선단지) 시설지원	224	단지(40개소)
규격돈 출하 장려금 지원	540	
수출잔여육 및 규격돈 구매자금	139	
수출가공장 시설개선지원	117	
계	9,777	

※ 방역 및 분뇨사업비 미포함

대일 돈육 수출을 본격적으로 추진했던 ‘94년이후 국내 돈육 수출은 (표 3-2)에서와 같이 ’00년 구제역 발생이전까지 매년 증가하여 ‘98년도에는 88,317톤으로서 ’94년도에 대비하여 6배 이상 증가하였으며, 수출금액 측면에서는 5배 이상 증가하였다. 특히 지난 ‘97년 하반기이후 국내산 돈육의 대일 수출량은 대만에서 구제역 발생에 따른 대일 수출이 중단됨으로서 국내산 돈육은 더욱 증가했다. 이는 대만이 대일 수출 중단 이전인 ’95년까지만 해도 일본 전체 수입물량의 40%정도 차지한 물량이 유럽(특히 덴마크), 미국, 캐나다 및 한국산으로 대체가 불가피함에 따라 국내 수출량도 ‘97년 하반기 이후 급증하게 되었다.

특히 우리나라가 일본과 근접함으로서 냉장육 수출량은 급증하여 ‘94년 2,185톤에서 ’98년도에는 69,757톤까지 증가하였으며, 수출가격 또한 타 국가에 비해서 유리한 조건을 갖게 되었다.

(표 3-2) 연도별 돼지고기 수출추이

(단위 : 톤, 천$)

구 분		검역기준						통관기준	
		물 량			금 액			물 량	금 액
		냉장	냉동	계	냉장	냉동	계		
‘92		828	7,655	8,483	5,278	38,263	43,541	-	-
‘93		1,451	9,949	11,400	8,760	53,758	62,518	-	-
‘94		2,185	8,953	11,138	13,220	51,992	65,212	-	-
‘95		3,104	11,242	14,346	20,214	68,922	89,136	-	-
‘96		4,567	32,295	36,863	28,599	171,120	199,719	-	-
‘97		10,647	40,991	51,637	57,182	190,048	248,230	-	-
‘98		18,559	69,757	88,317	80,090	232,415	312,515	98,546	312,667
‘99		21,669	58,564	80,233	106,578	226,232	332,809	102,739	340,451
‘00		4,830	11,326	16,156	25,518	41,073	66,590	28,927	87,581
‘01		-	9,554	9,554	-	13,663	13,663	41,646	46,138
‘02		8	2,486	2,494	38	3,903	3,946	19,561	22,241
‘03		-	6,296	6,296	-	8,115	8,115	27,448	31,358
‘04		72	1,865	1,937	365	4,968	5,333		
감	‘99/’92	26.2	7.7	9.5	20.2	5.9	7.6	-	-
	‘04/’99	99.6	△96.8	△97.6	△99.7	△97.8	△98.4		

※ 주 : 통관기준중 ‘92-’97년 자료 미입수.

2) ‘00년(구제역 발생)이후 돼지고기 수출실적과 현황

(1) 연도별 수출현황과 실적

지난 ‘00년 경기도 파주에서 국내 최초로 구제역이 발생함으로서 일본뿐만 아니라 기타 지역으로의 수출도 금지되었다. 대일 돈육 수출중단은 국내 비 선호부위를 높은 가격으로 수출하고, 대신 선호 부위를 기존의 가격에 비하여 낮게 판매함으로서 경쟁력 제고방향을 추구해 왔던 국내 양돈업에 있어서 큰 문제가 되었다. 즉 ‘00년 대일 돈육 수출이 구제역 발생으로 인해 중단됨으로서 비 선호 부위의 재고량은 증가하게 되었고, 이로 인해 육가공업체의 채산성을 악화는 물론 지육가격을 하락되고, 양돈농가의 소득은 감소시키는 요인이 되었기 때문이다.

더욱이 구제역 발생이후 효율적인 방역을 목적으로 발생지역에서의 돼지 수매사업을 실시함과 동시에 비육돈 이동제한조치를 취함으로서 오히려 사육두수를 증가시키고 가격을 상승시키는 결과를 가져오기도 했다.

한편 국내 돼지 가격안정을 위해 모돈 및 자돈 감축(비육돈 수매시 의무적인 모돈 및 자돈 수매), 비육돈 출하체중 감량 유도(95Kg 출하 비육돈에 대한 일정 금액 보상금 지원), 비육돈 출하체중 감량(105Kg→95Kg)유도를 위한 축산물 등급제 재조정, 수출 부위의 적극적인 소비홍보(재고 부위의 대북 지원, 국내 소비자의 소비구조 개편을 위한 소비자 교육 및 홍보)이 논의되었으며, 이중 일부의 정책으로 채택되어 추진되었다.

대일 수출이 중단된 첫해인 '01년 돼지고기 수출량은 (표 3-2)에서와 같이 일부 동남아 수출에 국한되어 9,552톤(13.7백만$)로서 '00년 16,156톤(66.6백만$)에 비하여 40.9%(금액 79.4%) 각각 감소하였다. 한편으로 비공식적인 형태이나 러시아 수출이 30,000-40,000톤 이상 수출됨으로서 국내 수급에 어느 정도 기여한 것으로 판단된다.

'00년 이후 국내에서 선호하지 않는 안심, 등심 및 후지 부위의 재고량 증가가 국내 지육가격 하락으로 신규 수출시장 개척의 필요성이 대두되었고, 추진 결과 (표 3-3)에서와 같이 '01년도에는 필리핀, '02년도 러시아, '03년도 몽골로의 수출이 가능하게 되었다.

(표 3-3) 국별 수출승인 작업장

(단위 : 개소)

국 가	수 출 승인년월	도축장	가공공장	비 고
일 본	'04.11	1	8	◦제주도에 한정(대륙지역 불인정) ◦'04.11월 돼지 예방주사항체 확인으로 수출 잠정중단
필리핀	'01. 8	9	19	◦국내 콜레라 발생지역(충남, 경기)를 제외하고 2004. 2.19일자 수출장 승인
러시아	'02. 1	4	6	◦'02년 수출 승인으로 수출 가능하였으나 '02년 국내 구제역 발생에 따라 일시중단
몽 골	'03. 1	16	31	

※ 국가별 수입업체 명단 별첨 참조

이처럼 구제역 및 돼지콜레라 발생에 따른 국내 비 선호 부위의 재고 누적으로 인해 발생되었던 육가공업체의 경영수지 악화와 그로 인한 지육가격 하락 및 양돈농가의 소득 감소 등을 해결하기 위해 추진되었던 수출 다변화는 일본 수출에 비해서 수출가격이 저렴하였고, 수출부위도 비 선호 부위가 주로 이루어졌으나 국내에서 판매가 부진한 부위도 함께 수출되었다.

국가별 수출량은 (표 3-4)에서와 같이 '03년도에는 필리핀 71%으로 대부분을 차지했고, 기타 러시아 21%, 몽골 2% 등을 차지했으며, '04년도에는 제주도산 대일 수출이 재개되면서 일본 41%, 필리핀 59%를 각각 차지했다. 일본 수출은 제주도산으로서 등심과 후지가 주를 이루었고, 필리핀의 경우 국내산 가격상승으로 후지, 등심 부위는 감소한 반면에 지방 및 스킨 또는 부산물 수출이 증가하는 추세를 나타냈다.

한편 '04년도 돼지고기 수출물량은 국내 돼지가격 상승으로 인하여 '03년도 6,295톤에 대비하여 69.2% 감소한 1,937에 이루었고, 수출금액은 일시적인 대일 수출 재개로 인한 수출단가 상승으로 '03년 1.29$에 대비하여 113.2% 상승한 2.75$이였다.

특히 '04년도 수출은 필리핀, 몽골 및 러시아에 한정되었으며, 또한 이들 수출가능 국가로의 수출은 품질보다 저렴한 가격을 우선적으로 요구되기 때문에 국내 가격이 높은 상황에서는 지방, 스킨 및 기타 부산물 등 극히 제한적으로 이루어졌다.

(표 3-4) 국가별 돼지고기 수출실적

(단위: 톤, 천$)

구 분		일 본	·필리핀	러시아	몽 골	기 타	계
'03	물 량	-	4,470	1,347	133	344	6,296
	금 액	-	6,021	1,617	100	377	8,115
	단 가	-	1.35	1.20	0.75	1.10	1.29
'04	물 량	789	1,138	-	6	4	1,937
	금 액	3,338	1,992	-	2	-	5,333
	단 가	4.23	1.75	-	0.33	-	2.75
증감 ('04/'03)	물 량	-	△74.5	-	△95.5	-	△69.2
	금 액	-	△66.9	-	△98.0	-	△34.3
	단 가	-	29.6	-	△56.0	-	113.2

※ 검역기준임

※ 2000-2002년 주요 수출국은 필리핀. 러시아

그러나 다행히 '00년 구제역 발생으로 수출이 중단된 이후 최대 수출국이였던 대일 수출이 '04년 4월 제주도산 돼지고기에 제한적으로 재개됨으로서 비 선호 부위의 부가가치를 높이고, 국내 가격안정에 기여할 것으로 기대했으나, '04년 11월 일부 양돈장에서 백신 접종에 의한 것으로 추정되는 돼지콜레라 항체 양성반응이 나타남에 따라 수출이 잠정 중단된 상황이다.

(2) 대일 수출추진 경과와 현황

대일 수출은 우리 나라의 최대 수출국이였으나, 불행하게도 '00년 3월, '02년 5월 구제역 발생으로 돈육 수출이 중단됨으로서 국내 양돈업은 수급과 가격 불안정으로 양돈농가뿐만 아니라 육가공업체 모두 어려움을 겪고 있다.

더욱이 우리 나라가 '04년말 현재 구제역 청정국으로서의 OIE로부터 인증을 받았으나, 돼지콜레라 예방백신을 접종한 국가로부터의 돼지고기 수입을 금지하는 일본의 조치로 인해 대륙지역의 경우 수출이 사실상 어려움은 상황이다.

즉 대일 돈육 수출의 장애가 되는 돼지콜레라 청정지역으로 OIE로부터 '99년 11월과 '01년 5월 두차례 인정되어 2002년 4월 일본 정부로부터 돼지고기 수입이 허용되었으나, '02년 5월 경기도 안성시에서 구제역 발생과 2003년 3월부터 10월까지 전국 26개 시, 군에서 돼지 콜레라 발생과 예방백신 접종으로 육지부의 대일 수출은 사실상 중단된 것이다.

제주도의 경우 지난 '98년 2월 돼지콜레라 예방 접종을 중단하고 '99년 12월 돼지콜레라 청정지역으로 선포하였으며, 지난 '04년 4월부터 일본 돼지고기 수출이 재개되었다. 지난 '04년 5월부터 10월까지 총 대일 돈육 수출물량은 628톤(금액 280만불)으로서 국내 지육가격 상승에도 불구하고 수출량 증가세를 나타냈다.

그러나 불행히도 '04년 11월 29일 수의과학검역원에서 제주도내 10개 농장의 돼지에 대한 정밀검사를 실시한 결과 4개 농장에서 돼지콜레라 예방주사를 한 것으로 의심됨에 따라 이 사실을 일본정부에 통보하게 되었고, 대일 수출도 잠정 중단된 상황이다.

대일 돈육 수출은 국내 수급과 가격 안정차원에서 중요한 위치를 차지하고 있으며 국내 지육가격이 높을 지라도 수출이 가능한 지역이기 때문에 향후 지속적으로 수출이 가능하도록 관련기관의 연구와 노력이 지속될 것으로 생각된다.

(3) 필리핀 수출추진 경과와 현황

필리핀 돼지고기 수출은 ‘00년 대일 수출중단이전까지만 해도 그다지 중요한 수출시장으로 여겨지지 않았으나, 대일 수출이 중단된 이후 가장 가능한 수출시장으로 부상했다. (표 3-5)에서와 같이 지난 ’01년 8월 필리핀 수출을 추진한 결과 일시적인 중단은 있었으나, ‘04년 12월 현재 14개 지정된 육가공업체에서 생산된 돈육 가공시설의 돈육 및 돈육 가공물의 필리핀 수입을 허용된 상황이다.

(표 3-5) 필리핀 수출추진 경과

분		추 진 내 용
‘01	8월	◦ 도축장(9개소), 가공공장(19개소) 수출작업장 인증
‘02	4월	◦ 국내 구제역 발생 ◦ 제주도 4개 가공장을 제외한 작업장 수출인증 취소
	7월	◦ 내륙 수출작업장 추가 승인을 위한 필리핀 관계관 초청 - 도축장(5개소), 가공장(17개소) 현장 점검
	10월	◦ 제주도 소재 도축장(1개소), 가공장(2개소) 추가 승인 ◦ 중국산 돼지고기가 제주산 돼지고기로 둔갑하여 필리핀에 수입됨에 따라 제주도산 돼지고기를 필리핀으로 수출할 경우 발급하는 검역증명서의 서식과 검역 담당관의 현황(명단 및 서명)을 필리핀 정부에 전달
‘03	1월	◦ 돼지고기 수출승인 예정 작업장 명단입수 - ‘02년 7월 현장점검 업체 및 기존 승인업체 - 도축장(11개소), 가공공장(26개소)
	2월	◦ 육지부 돈육이 제주도산 돈육으로 둔갑 및 규격위반 돈육 밀수사건 발생 - 한국산 수입돈육에 대해서 S.G.S제도 적용을 위해 승인 전면 유보
	3월	◦ 협회 및 업계대표 필리핀 농무부 및 검역원 방문 ◦ 방문목적 : - 26개 가공업체 수출 조기허용 요구 - 국제 검증(S.G.S) 제도 적용대신 철저한 정부 관리 대신
‘04	2월	◦ 필리핀 농무성 검역관 방한 - 가공업체(7개소) 및 관련기관 현장 점검 ◦ 돼지콜레라 발생으로 수입이 금지되었던 14개 지정 돈육 가공시설의 돈육 및 돈육가공물의 필리핀 수입을 허용 - 다만, 경북, 경기, 경북지역 가공시설의 돈육은 제외하며, 동 품목의 수입 재개를 위해서는 돼지콜레라의 최종 발생일로부터 6개월간의 감시를 권고.

(4) 러시아 수출추진 경과와 현황

러시아 돼지고기 수출은 (표 3-6)에서와 같이 '00년 구제역 발생이전인 '96년 돼지고기 수출국 다변화의 일환으로 수의관을 초청하여 국내 수출 가능한 도축장 및 육가공업체에 대한 인증절차를 추진하면서 본격적으로 시작되었다

이후 '98년 러시아 수의관이 재 방한(訪韓)하여 추진하였으나, '00년 구제역 발생으로 중단하게 되었고, '01년에는 국내에 비 선호 부위의 재고량이 누적되고 가격이 하락하면서 재 추진되었다. 이 때 러시아 정부는 대 러시아 연방 돼지고기 수출 금지 질병 조건으로서

- 아프리카 돼지콜레라 : 최근 3년 동안 전국내 발생하지 않을 것.
- 구제역, 돼지수포병 :국제수역사무국(OIE) 국제동물위생규약(International Animal Health Code)에 의거하여 청정국일 것.
- 돼지콜레라, 오제스키병, 텟젯병 : 최근 12개월 동안 시/군내 발생하지 않을 것.
- 선모충 : 최근 3년간 농장내 발생하지 않을 것
- 돼지 생식기 및 호흡기증후군 : 최근 12개월 동안 농장내 발생하지 않을 것
- 돼지 단독 : 최근 20일동안 농장내 발생하지 않을 것을 요구했다.

또한 한국산 돼지고기 러시아 수출을 위한 절차로서

첫째로, 한국에서부터 돼지고기를 수입하고자 하는 러시아 수입상(importer)는 러시아연방 각 검역지원에 러시아연방 검역국이 발행하는 수입 허가서를 신청해야 하고,

둘째로, 한국 수출상사(exporter)는 러시아 수출용 돈육 10일전에 Komeatex Co., Ltd주재하는 러시아 검역관에게 검역증빙 확인신청을 해야 하며,

셋째로, 검역증빙 신청후에 Komeatex에 주재하는 러시아 검역관은 공장 혹은 창고에서 이를 확인하고, 한국 검역원이 발행하는 검역증에 보증(endorse)을 하여야 한다. 또한 러시아 검역관이 보증한 검역증은 선박을 통해 다른 수출서류와 함께 보낼 수도 있고, 다른 방법으로도 러시아 수입자에게 전달 가능하다고 협의되었다.

그러나 러시아 수출은 필리핀 수출과 마찬가지로 저가 부위를 주 대상으로서 2002년 1월 기준으로 러시아 수출제시 가격(등심 2,000원/Kg, 후지 2,000원/Kg)이 국내 출고가격(등심2,370~3,200원/Kg, 후지 2,000~2,700원/Kg)보다 낮아 국내 수출업체에게는 수출 메리트가 적었다. 더욱이 수출이 재기되더라도 수출물량은 극히 적어 각 업체에서 부담해야 할 검역관 상주비용이 클 것이므로 안정적인 수출인프라가 구축되기까지 검역관 초청비용을 업체에 큰 부담이 되었다.

(표 3-6) 러시아(브라야티아 공화국 포함) 수출 추진경과

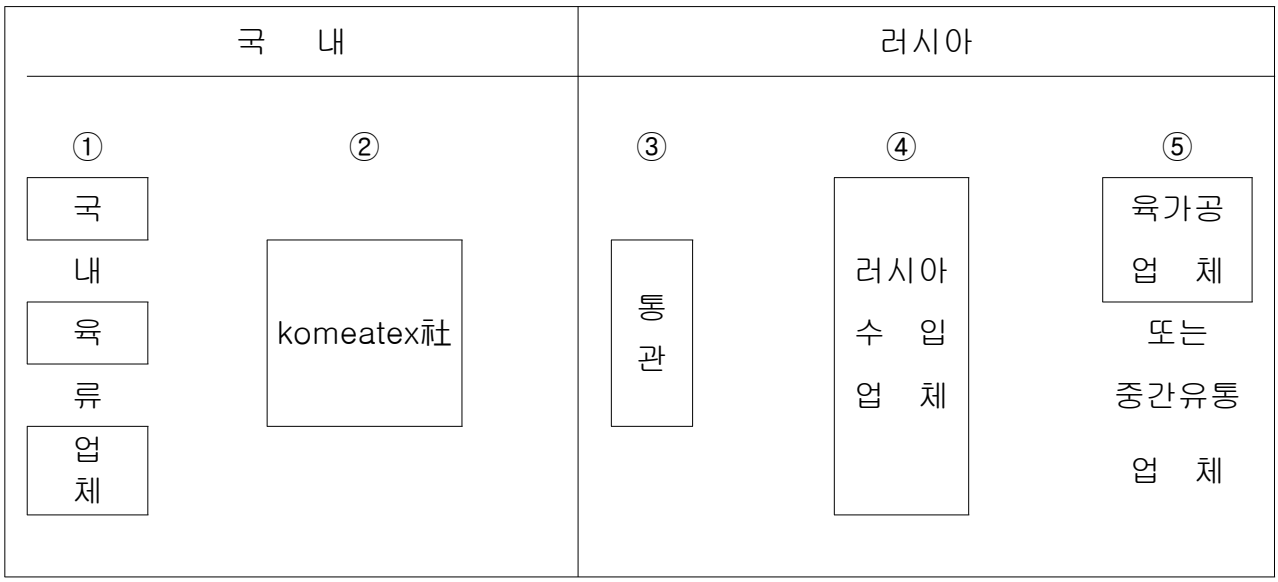
구 분		추 진 내 용
'96	6	◦수출 다변화 일환으로 러시아 수의관 초청문서 발송
	7월	◦러시아 수의국장 등 5명 방한 ◦협의결과 - 한국은 돼지 콜레라가 발생함으로수입이 어려우나 돼지 콜레라가 없는 충북 지역에 한하여 재 점검후 검역위생조건 협의 가능 - 육류검사 체계미흡(머리, 내장 등 부위별 세부검사요원 충원 등 필요)
'98	7월	◦러시아 수의관 재 방한 요청서한 발송
	11월	◦러시아 수의위생과장 등 관계관 방한 ◦협의결과 - 돼지 콜레라 및 오제스키병이 발생하지 않는 시도산 돼지고기수출허용 - 육류 위생검사시 선모충증 등 개체별 검사실시 . 우리나라에서는 선모충증의 발생이 없으나, 선모충증 검사는 러시아의 기본요구 조건임. . 선모충증 검사방법 등에 대해서는 러시아측의 교육이 필요함. . 결핵, 탄저, 텃센병의 철저한 검사요청 - 차후 러시아 수출작업장 승인을 위하여 재초청하기로 합의
'01	10월	◦농림부에서 러시아 수출을 위하여 관계관을 초청한 것('01. 4월)에 대해서 러시아측 관계관이 방한하여 구체적인 실무협의를 희망하는 내용의 공한을 외교통상부를 통하여 접수. ◦러시아 수출등록 희망 도축장 및 가공장 희망여부 파악 - 조건 ; HACCP적용 도축장 및 그 도축장에서 원료를 직접 공급받아 가공하는 육가공업체 - 러시아 수출희망업체 : 도축장(14개소), 육가공공장(37개소)
	11월	◦러시아 농업부 수의국 수의관(2명) 방한 - 도축장(5개소), 가공공장(8개소)
	12월	◦러시아 수의조사단 방한점검 결과통보

구 분		추 진 내 용
‘02	1	◦국내산 돼지고기 검역후 러시아 수출 확정 통보 ◦러시아측 수입허용조건 - ‘99. 1합의한 한국산 돼지고기 수출검역조건 개정합의 (오제스키병에 대한 비발생지역을 현행시도에서 시 군으로 축소) - 대 러시아 돼지고기 수출작업장(도축장 및 육가공공장)인증 추진 (4개 도축장: 한국냉장, 대상농장, 김제목우촌, 영남산업) (6개 가공장: 한국냉장, 대상농장, 김제목우촌, 은혜, 모든, 유성) - 한국산 돼지고기는 육가공 산업용으로만 수입을 허용한다. - 돼지고기 수출포장에는 러시아어로 된 상표를 부착하여야 하며, 그 상표의 내용에는 제품명, 생산일자, 유효기간, 보관방법이 표기되어야 한다. - 아울러 돼지고기 수출포장에는 도축장 및 육가공장의 수출검역장 승인번호 도장(Est. No.)이 찍혀져야 하고, 대한민국 검역당국의 검역필증인도 찍혀져야 한다. - 러시아 수출용 돼지고기 선적시 대한민국 검역당국이 발행하는 수출검역증명서상에 러시아 국립수의사가 보증을 한 것만을 수입을 허용한다. ◦ 한.러 양국간 합의한 검역조건에 따라 ‘01.1224이후 도축, 가공된 돈육부터 수출검역 실시와 수출.
	3월	◦대 러시아 공식 수출 물량선적.
	5월	◦경기도 안성지역의 구제역 발생으로 수출중단
‘03	1월	◦브리야트 공화국 통상협단 내한(8명) - 제주(공판장, 탐라유통) 및 한국냉장, 대상농장, 부경양돈조합 방문 - 몽골 및 중국을 경유하여 수입해야 함으로서 검역관계 정립필요.
	2월	◦구제역 및 콜레라 발생으로 중단되었던 대 러시아 수출재개 - 수입금지령 해제 및 러시아 수의검역관 파견.
	3월	◦돼지고기 러시아 수출재개(11일)

한편 ‘00년 이후 러시아 수출은 정식적인 수출형태, 즉 인증에 의한 수출방법과 비정식적인 수출형태(무인증에 의한 수출방법)으로 이루어졌다.

인증에 의한 수출방법은 (그림 3-1)에서와 같이 러시아 정부로부터 인증된 도축장과 가공공장에서 작업한 돈육을 국내 수의과학검역원에서 수출 돈육으로서 축산물검사를 마친 후 러시아 정부에서 파견한 수의관에 의해서 최종 검사를 받은 후 수출하는 형태로서 절차는 다음과 같다.

(그림 3-1) 러시아 돈육 수출경로(인증에 의한 수출방법)



① 러시아 정부로부터 인증된 도축장 4개소, 육가공공장 7개소에 생산된 돼지고기(주로 저렴한 후지 및 등심, 일부 돈지방)을 수출업체가 구입하여,

② Komeatex사(= 국내 돼지고기를 수출하기 위해서는 한시적으로 대한민국 정부 검역관이 발생한 수출검역 증명서상에 러시아측 관계관이 국내에 상주를 하며 보증을 하도록 협의됨에 바에 따라서 러시아 관계관이 국내 상주에 따른 제반 비용에 대해 책임을 맡음)를 통해서 직. 간접적으로 수출하였다. 즉 직접적인 수출방법이란 Komeatex사가 직접 수출 인증업체로부터 구입하여 수출하는 것을 의미하며, 간접적인 수출방법이란 수출인증업체 또는 중간수출업체가 수출할 경우 Komeatex사는 상주한 러시아 검역관의 보증을 발급한 대신에 소요되는 일정비용을 징수하였다.

③ 운송방법은 주로 선박을 이용하였고, 수출지역은 일부 모스코바 등도 있었으나, 대부분 극동지역(블라디보스톡)에 치중되었다.

한편 무 인증에 의한 수출방법은 수출상 통관업무를 하되, 국내 수의과학검역원이나 러시아에서 파견한 수의관으로서 부터 정식적인 검사를 받는 절차를 밟지 않고 수출하는 형태로서 대부분 국내에서 판매하기 어려운 저렴하고 유통기한이 촉박한 돼지고기를 처리하는 방법으로 이용했다. 수출물량은 정식적인 형태부터는 훨씬 많았으며, '03년도만에도 약 20,000-30,000톤에 이루였을 것으로 추정되고 있다.

무 인증 및 비 정식적인 돼지고기 수출 경로는 (그림 3-2)에서와 같이,

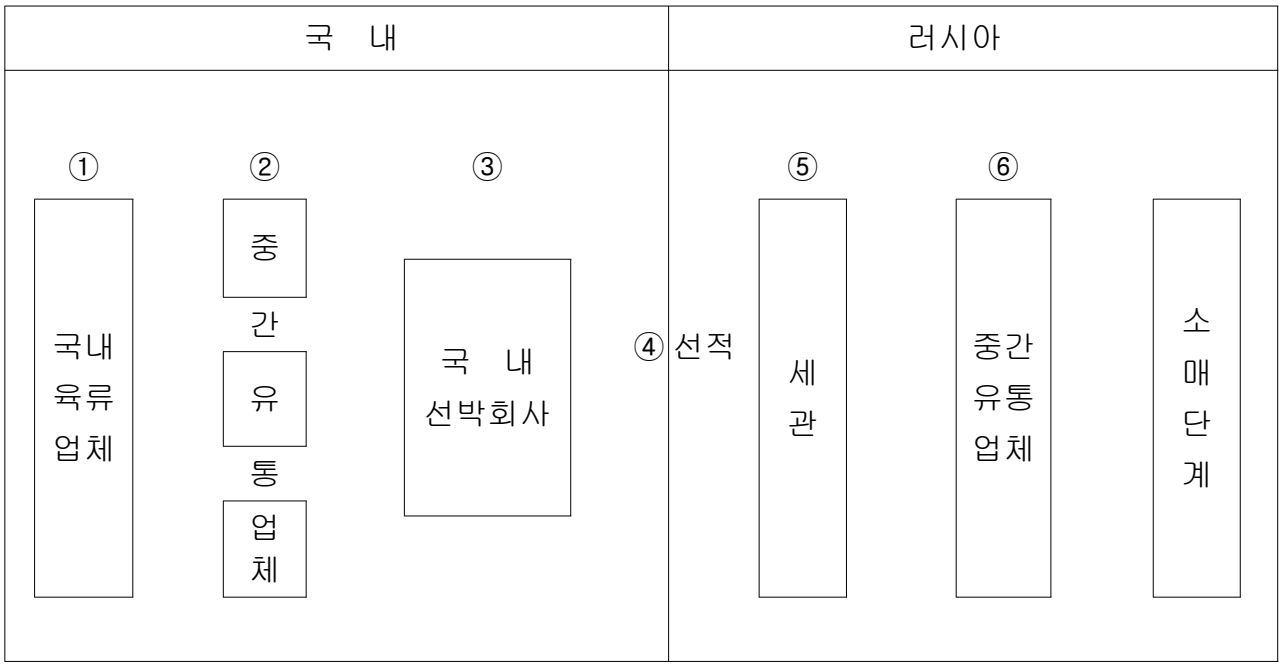
① 국내 돼지고기 유통업체들중 자사가 보유하고 있는 물량중 유통기한이 지나거나 또는 일본 수출이 막혀 재고로 쌓여 있는 국내산 돈육을 수출대행업자에게 주로 판매되었으며,

② 국내에서 러시아로 수출하는 물량을 수집하는 중간 유통업체들로서 수집 물량의 대부분(90% 정도)이 일정한 선박회사를 통해서 러시아로 수출되었다.

③ 국내 선박회사로서 국내에서 수집한 돼지고기를 일정한 마진을 남기고 러시아로 보내며, 주로 선적서류 등의 선적관련 통관업무를 하고, 이러한 형태는 '99년부터 시작되었다.

④ 러시아 선박회사로 선적 일정이 정해지면 수출물량을 집합하여 선적한 후 러시아로 수출하는 데 소요일수는 선적일로 부터 2~3일 정도 소요되었다.

(그림 3-2) 러시아 돈육 수출경로 (무 인증에 의한 수출방법)



⑤ 물량을 선적한 러시아 배는 러시아 “나호도카”항에 입항되어 러시아 회사(A)를 통해서 세관을 통과하는 데, 원칙적으로는 세관 통관이 불가능하나 세관원을 매수하는 것으로 알려지고 있다. (참고로 러시아 회사(A)는 자사의 배를 소유하며 극동지역에서 재력있는 마피아집단으로 알려지고 있으며, 취급물은 돼지고기 이외에 여러 가지 물품을 취급함.)

⑥ 세관을 통과한 물품은 러시아 회사(B)를 통해서 러시아 극동지역의 식육업자들에게 판매하고, 이들은 다시 최종 소매단계에게 판매한다.

(5) 몽골로의 수출추진 경과와 현황

우리 나라의 대 몽골 돈육 수출은 (표 3-7)에서와 같이 지난 ‘02년 9월 몽골 수입 관계관이 한국을 방문하면서 처음으로 추진되었다.

몽골은 축산물 생산 국가이고 소비 음식도 대부분 육류(쇠고기, 양고기, 등)이며, 돼지고기 및 닭고기 생산이 자연적인 여건으로 인해 부족하기 때문에 대부분 중국에서 수입하고 있는 상황이고, 몽골 돼지고기 수출 동기는 국내 재고 물량을 해소시키기 위한 방안으로 대두되었던 것이다.

그러나 몽골은 대륙국가이기 때문에 중국을 통해서 운송할 수밖에 없는 지형적인 여건 때문에 수송비용과 중국의 통관정책에 따라 운송이 불안한 실정이다. 특히 돼지고기의 용도가 햄, 소시지 등 육가공용이 대부분이고 국민소득이 낮아 저렴한 제품을 생산해야 하기 때문에 수입 가격도 낮고 수입물량도 적어 국내 육가공업체의 입장에서 수출시장으로서의 큰 비중을 두지 않는 실정이다.

(표 3-7) 몽골 수출 추진경과

구 분		추 진 내 용
‘02	9월	◦ 몽골 수입 관계관 내한(경남, 제주, 농림부 방문)
	10월	◦ 국가 단위로 수입허용을 요구 공문발송
‘03	1월	◦ 몽골 정부 수입허용 - 도축장(16개소), 가공공장(31개소)

3) 돼지고기 수출진흥 추진 정책

(1) ‘00년도 이전 돼지고기 수출진흥 정책

국내 돼지고기 수출은 ‘90년 이전까지만 해도 국내 돈육의 수급 균형과 가격안정을 목적으로 국내 지육가격 하락시 주로 육가공업체를 중심의 냉동육 형태로 이루어졌다. 그러나 ’90년 이후에는 돼지고기 수입이 완전 개방되면서 국내 양돈업의 국제경쟁력을 제고시키기 위한 수단으로 추진해 왔다. 특히 ‘97년 7월 이후 돼지고기의 완전 수입개방으로 양돈 선진국에 비하여 생산비가 높은 국내 양돈업의 국제 경쟁력을 제고시키기 위한 방안으로 체계적인 수출이 필요했다.

‘90년대만에도 국내 양돈산업은 타 양돈 선진국에 대비하여 모돈의 생산능력이 낮고, 비 효율적인 사양관리로 인한 제품의 균일성이 낮아 경쟁국에 비해서 낮은 가격으로 수출이 이루어졌다.

이에 따라 지난 ‘97년 7월 본격적인 대일 수출확대를 위해서 돼지고기 수출단지(’95년이후 품질개선단지로 개칭)을 조성하여 내수용 일반돼지와 달리 체중을 기존 90~100kg에서 105~120kg까지 증체하였고, 돼지고기 내 항생제 및 항균제 등 유해 잔류물질을 검출되지 않도록 위생적인 고품질 돈육을 생산토록 추진했다.

특히 수출확대를 위하여 돼지고기 사육기반 확충사업, 돼지고기 수출여건 개선(돼지계열사업을 통한 수출전문업체 육성, 돼지고기 품질개선단지 기능 활성화, 수출업체의 도축 및 가공시설개선지원) 및 수출시장 여건조사, 대일 수출시장 개척활동(돼지고기 수출을 위한 국제 세미나 개최, 육류 전시회 참석, 수출정보 수집 및 수출현지 홍보 실시 사업 등)을 전개해 왔다.

지난 **‘98년도 돼지고기 수출 지원사업**으로서 내수시장 위축과 생산비 상승에 따른 국내 양돈업 경영불안을 고품질 생산과 수출촉진으로 해소하고 고품질 규격돈 생산을 생산하여 냉장육 가공수출로 부가 가치 향상시키며 국제 경쟁력을 강화시킨다는 기본방향에서 (표 3-8)에서와 같이 정책을 추진했다.

즉 정부는 수출 규격돈의 안정적 확보를 위한 자금지원 확대, 수급균형을 위한 신규시설지원 축소, 냉장육 수출확대 및 수출단가 인상추진, 수출작업장에 대한 위생검사·품질관리를 강화, 가공수출업체에 대한 포장 개선비 융자지원, 양돈농가의 품질개선 촉진을 위한 인센티브 실시, 및 수출용 돼지의 가격정산방법과 실태를 점검하여 개선책 추진 등을 실시했다.

(표 3-8) '98년 주요 양돈정책(돼지고기 수출정책 중심)

분	주요 사업
수출 규격돈의 안정적 확보를 위한 자금지원 확대	o 축산경영자금 규격돈 출하실적에 따라 지원 o 수출업체에 규격돈 구매자금 384억원 지원
수급균형을 위한 신규시설지원 축소	o 축산물 종합처리장 개장으로 원료확보 애로발생
냉장육 수출확대 및 수출단가 인상추진	o 수출시설 현대화자금 지원시 냉장육 생산 계획업체에 우선 지원 -('97년까지) 10개업체 95억원 지원→ ('98)7개업체 98억원신청 o 해외 전문가초청 기술교육과 품질관리 지도
축산물 종합처리장 가동정상화	o 축산물 종합처리장 참여 가공업체 지원
수출작업장에 대한 위생검사 품질관리를 강화	
가공수출업체에 대한 포장 개선비 융자지원	o 농안기금 65억원
덤핑 수출업체 단속	o 육류수출입협회에 신고센터 설치 각종 불이익 조치
돼지고기 도체등급제 개정	수출 규격돼지가 높은 등급을 받을 수 있도록 도체등급기준 조정 ('98.6)
양돈농가의 품질개선 촉진을 위한 인센티브마련	o 축산경영자금 지원시 등급이 좋은 돼지 출하농가에 인센티브지급 (예 : A, B등급 50%출하시 두당 25천원 지원) o 유해잔류물질검사 강화
수출용 돼지의 가격정산방법과 실태를 점검하여 개선책 추진	o 등급에 따라 차등가격 지원업체에 대해 정책자금 지원시 인센티브 부여 o 타 수출업체의 계약농가를 가로채는 행위에 대해서 육류수출입 협회에 신고센터 운영, 불이익 조치

한편 '**99년도 돼지고기 수출지원 사업**으로서 안정적인 대일 수출을 위한 비육돈 공급기반조성, 위생적인 돈육 생산과 생산성 향상을 위한 질병관리 체계 확립, 생산농가의 생산성 향상을 위한 컨설팅 및 정보 체계 확립을 기본적인 방향으로 설정하고 추진했다.

대표적인 지원사업으로서는 (표 3-9)에서와 같이 안정적 원료 공급기반 조성, 수출가공업체 시설개선사업, WTO 농업협정에서 허용하고 있는 수출보조 확대, 수출시장 확대를 위한 수입위생조건 협의 및 육류수출입협회 기능 활성화를 추진해 왔다.

(표 3-9) '99년 주요 양돈정책 (돼지고기 수출정책 중심)

방향	주요 사업
안정적 원료 공급기반 마련	o 지육 유통을 줄이고 부분육 유통확대를 통한 수출 기반확대 o 수출물량 증대에 따라 수출업체 규격돈 구매자금 지원확대 o 수출단지 생산농가에 대해 두당 경영자금 지원규모 확대 - 품질개선비 지원 '99년부터 폐지하고 경영자금 융자로 전환
수출가공업체 시설개설지원	o 현대적 도축 가공시설을 갖춘 대형 수출업체 육성 - 2000년까지 대규모 축산을 종합처리장 10개소 증설추진 o 일본의 HACCP제도 시행에 따라 위생강화를 통한 시설보완 - HACCP지원시 반영('99~2001년까지 250억원 투자)
WTO 농업협정에서 허용하고 있는 수출보조 확대	o 수출용 축산물 포장박스의 강화와 디자인 향상을 위한 자금지원 o 시장확대 개척을 위한 홍보·판촉활동 지원
수출시장 변화를 위한 수입위생조건 협의	o 일본 외에 미국, 유럽, 러시아 등 신규시장 진출을 위해 육류수출입 협회와 정부 합동으로 시장개척 추진
육류수출입협회의 기능활성화	o 수출업체가 수출단가 조정, 바이어 알선, 품질관리, 공동판촉 등 적극적 역할 강화 o 국내외 시장여건 및 동향과 정보수집, 체계적 분산

(2) '00년도 이후 돼지고기 수출진흥 정책

가. '00년. 3월~'02년 5월(경기도 안성 제 2차 구제역 발생)이전

'00년 3월 경기도 파주에서의 구제역 발생으로 대일 수출은 중단되었지만 발생이후 6개월이 경과한 '01년 9월에는 OIE로부터 구제역 청정국으로서의 인정을 받음으로서

대일 수출 재개를 위해서는 생산자, 도축가공업자, 수출업자가 적극 협력하여 고품질의 돼지고기 생산을 통한 냉장육 위주 수출확대를 추진했다. 즉 대일 돈육 재개를 위해서 일본과 수입위생조건 협약이 체결되고, 구제역 및 돼지콜레라 청정상태가 유지되면, 콜레라 예방 접종 중단후 6개월이 경과되는 '02년 6월이후 수출재개가 가능할 것이라는 계획 하에 추진되었다. 다만 돼지 콜레라 청정지역인 제주도는 6월 이전에 수출이 재개하도록 일본과 협의하여 추진되었다.

이를 위해 **'01년 대일 돼지고기 수출촉진 대책**으로서 OIE(구제역 및 기타 질병위원회)에 가축위생 관계관을 파견하여 구제역 청정국 지위 인증을 신청함과 동시에 대일 수출재개에 대비한 한국산 돈육의 품질시스템 "돈육 라베링제" 도입 및 민간교섭을 추진하였고, 수출입협회 및 대형 수출업체를 통해 수출이전 기존 일본거래 바이어를 통한 일본 정부 민간교섭을 추진하였다. 또한 구제역 청정국 인증이후 조속한 수출재개를 위한 생산기반을 조정하였으며, 돼지고기 수출확대를 위한 수출국 관계관 초청 및 시장 조사가 이루어졌다.

한편 **'02년 대일 돼지고기 수출촉진 대책**으로서 양돈농가는 수출 규격돈 생산을 위해서 기술교육을 실시하고, 규격돈 생산촉진을 위해 규격돈 합격률에 따라 규격돈 출하 장려금(200억원)을 차등(규격돈 합격률 80%이상을 경우 두당 50천원, 60~79%의 경우 40천원, 40~59%일 경우 30천원을 지원하고, 지원조건은 5%, 1년 거치 일시상환) 지원했다.

수출업체에게는 안정하고 위생적인 돈육 생산을 위해서 수출업체 시설자금(200억원)과 원료돈 구매자금(392억원), 수출포장비(닭고기 포함 10억원)을 지원하였고, 일본의 수입 돼지고기 원산지 표시제에 대비 업체 자율 「품질 라베링제」도입하여 시행토록 하였으며, 위생적인 돈육의 생산관리 체계 확립을 위해 도축장. 육가공장에 대해 단계적으로 「위해 요소중점관리제」(HACCP)를 확대 적용하였다.

관련단체에 대해서는 수출 홍보활동을 강화하기 위해서 수출입협회 주관으로 수출촉진 회의를 정기적으로 개최하여 수출업체의 저가 및 일회성 수출을 방지하고 수출현장을 점검하며, 전시회 참석과 일본 현지 식육전문지 광고 등을 통한 국내산 돈육의 우수성과 품질 안전성을 홍보하였다. 또한 수출재개이후 일본 현지 유통업계에 국내산 돈육의 홍보를 위한 할인판매행사를 추진함으로서 일본 소비자를 대상으로 국내산 돈육에 대한 이미지를 제고하고 기존 수출국의 시장 탈환을 위해 일본 현지 대형 유통업계에 할인 판매행사를 추진하였다. 월드컵 및 아시아 게임 기간중 외국관광객을 대상

으로 국내산 돼지고기 시식회를 개최하고, 돼지고기 수출활성화를 위한 일본 수출시장 현지조사를 실시했다.

나. ‘02년 5월 이후 ~ 현재

‘03년 3월부터 10월 사이에 전국 26개 시. 군에서 돼지 콜레라 발생함으로서 정부는 예방백신을 접종하는 조치를 취하였다. 예방백신 접종은 대일 수출을 포기한다는 의미와 마찬가지의 정부의 표현이었다. 이로서 국내 비 선호 부위에 대한 수급 문제를 해결하기 위해서는 내수 개발과 일본이외 수출국의 다변화가 추진되었다.

즉 ‘03년도 이후 국내 양돈업은 질병 발생과 수급 불안정으로 인해 돈육 수출이 불안정함에도 불구하고, 선진 식육산업시찰단을 구성하여 일본의 식육산업 시찰을 통하여 가열처리 등 한국산 돼지고기 수출가능성을 파악하고, 국내 러시아, 몽골, 필리핀 등 수출국 다변화와 방안을 모색하였다. 특히 비 선호부위 재고물량 및 부산물의 수출을 위한 다변화의 일환으로 중국, 태국, 대만 등 국가의 검역관 초청 현지시찰 및 교섭과 한국산 돈육의 우수성을 홍보했다.

또한 대일 수출이 가능한 제주도산에 한정되었으나 '04년 3월에 세계 최대의 농수축산물을 수입하고 있는 일본에서 개최되는 동양 최대규모의 식품박람회인 Foodex Japan에서 돈육 수출재개를 위한 현재 한국의 준비활동(돼지콜레라 발생현황 및 대책과 제주도산 돼지고기의 수출재개 등) 및 한국산 육류의 맛과 식품안전성, 생산 수출계획을 홍보했다.

이밖에 일본의 수입유통 관련업계를 초청하여 수출생산 과정을 소개함으로서 한국산 제품의 품질 안전성이 타국에 비해 우수함을 인식시켜 수출확대 도모하고, 일본의 식육정책·수입시장 상황 등 최신정보 습득함으로 효율적인 수출 방안을 강구했다.

또한 수출중단이후 ‘’03년 4월부터 ‘04년 3월에 농협중앙회 양돈수급안정위원회에서 한시적으로 지원했던 수출물류비 지원뿐만 아니라 강화박스 포재비(이후 수출물류비를 변경)를 지원해 옴으로서 수출업체의 수출비용경감에 크게 기여해 왔다.

특히 대일 수출이 중단된 상황에 대일 수출방안을 강구하고, 또한 기존 수입바이어와의 지속적인 관계 유지를 위해서 상호 정보 교환을 이루어지고 있으며, 기타 수출가능국의 영역을 확대하여 정보 수집 및 현지 조사를 통하여 국내 수급불안정에 대비하는 정책적인 지원이 지속되고 있다.

(표 3-10) 연도별 수출물류비 지원

구 분	지원단가 (원/kg)	국가별 지원금액					
		일본	중국	동남아	미주	유럽	극동아시아
‘99	20	강화박스 포재제작원가의 30% 국고보조					
‘00	수출중단으로 국고보조 중단						
‘01	수출중단으로 국고보조 중단						
‘02	30~46	30	30	30	30	30	46
‘03	46	46	46	46	46	46	46
‘04	51~72	53	51	61	92	80	68
‘05	54~92	57	54	68	77	68	61

※ ‘98년 돼지고기 수출에 적용하기 시작.

※ 농축산물유통공사에서 농축산물의 판매 촉진을 목적으로 실시하는 농축산물 판매촉진사업중 수출물류비 지원사업으로서 수출실적이 있는 자 또는 물품공급자로서 전년도 또는 당해연도 각 부류의 수출실적이 10만불 이상인 업체를 대상으로 실시함.

4) 돼지고기 수출상의 문제점

(1) ‘00년 대일 수출중단이전의 수출상의 문제점

‘00년도 구제역 발생에 따른 수출중단 이전에는 대부분이 일본 수출을 대상으로 추진했기 때문에 국내 수출 돈육이 품질측면이나 위생적인 측면에서 일본산 및 수출경쟁국 돈육 수준이 필요했다.

그러나 국내 돼지고기는 위생적인 측면 및 품질측면에서 타 수출경쟁국 제품에 비해서 문제점이 노출되었다. 즉 첫째로, 국내산 돈육이 수출 경쟁국에 비해 유통기한이 짧았다. (표 3-10)에서와 같이 일본에서 제시한 수입돼지고기의 국별 유통기한 가이드라인을 보면 외국산은 40일 수준까지 품질이 확보되어 있으나, 우리 나라 돈육의 경우 아예 기준안에 빠져있고, 더욱이 협회차원에서 입수한 자료에 의해서도 20일정도 밖에 안되었다.

(표 3-10) 국가별 진공포장 냉장돼지고기의 유통기한 기준안

국 별	보존온도	포장형태	유통기한
미 국 카 나 다 대 만	0℃이하	진공포장	40일 40일 42일
한 국			20~25일
전체국가	-15℃이하	포장형태 무관	24개월

※ 자료 : (미국, 카나다, 대만) 일본육류수출입협회 · (한국)한국육류수출입협회

둘째로, 냉장 수출가공업체의 위생관리 불량으로 세균수 과다한 현상을 나타냈다. 즉 '97년 농진청과 육류유통수출입협회에서 조사한 4℃에서 저장한 냉장 돈육의 미생물수 변화 실험결과 조사된 7개사의 돈육중 D, F와 G사의 돈육에서 5~55CFU/g 수준으로 대장균군수가 발견되었다. 또한 진공포장상태에서 돈육유통 기한은 (표 3-11)에서와 같이 0℃저장시 등심은 29-33일, 후지는 25-29일이며, 2℃저장시는 등심 20-26일, 후지 21일로 조사되어 일본측 조사결과(위생개선샘플)와는 많은 차이를 나타냈다.

(표 3-11) 일본 후생성 기준에 준한 한국산 진공포장 돈육의 유통기한

구 분			A회사	B회사	C회사	D회사
일본현지조사[1)]	가식기간	등심	40일	50일	50일	40
	유통기간	등심	32일	40일	40일	32일
한 국 조 사[2)]	가식기간	등심	42일	37일	33일	26일
		후지	37일	32일	27일	27일
	유통기간	등심	33일	29일	26일	20일
		후지	29일	25일	21일	21일

※ 주 : [1)] 사전 가공업체에 정보를 준 후 샘플링(위생개선 수출돈육)
[2)] 사전정보없이 샘플링(통상적 위생수준 수출돈육)

이처럼 돈육은 도축 후 생물학적, 물리적, 화학적 변화과정을 거쳐 변패, 변질하게 되는 데 이러한 일련의 과정을 지연시키기 위해서는 생산 공정별 관리기법을 유기적으로 조합하여 그 상승효과를 도출하여야만 식육의 품질을 일정기간동안 유지시킬 수 있게 된다. 여러 가지 식육의 품질 결정 요인 중에서도 특히 위생적 품질요인이 다른 나라의 돈육에 비해서 한국산 돈육이 열세인 것으로 파악되었다.

따라서 정부는 위생적 품질을 개선하기 위한 선도·온도·위생·포장관리기술을 유기적으로 조합시켜 돈육의 품질을 기타 수출국의 유통기한인 40일 내외로 유지할 수 있도록 생산에서부터 유통 가공에 이르기까지 HACCP 등 종합적 위생관리 구축 및 적용을 정부 정책방향으로 설정하여 추진했다.

셋째로, 식품으로서의 돼지고기 안전성이 미흡했다. 대일 수출이 본격적으로 추진하기 초기당시에는 항생제 사용으로 인해 발송되는 경우가 발생했다. 즉 육성비육돈 사료에는 사료관리법에 어린 돼지 질병 발생에 의한 피해 최소화를 위해서 항생제 사용을 허용하고 있는 데 비육후기 사료를 제대로 급여하지 않은 결과로 잔류물질에 의한 대일 수출 돼지고기의 불합격 반송사례가 (표 3-12)에서와 같이 발생했으며, 이로서 대일 수출국가중 불합격 반송율이 최고의 국가로 알려지게 되었다.

(표 3-12) 대일 수출 돈육 불합격 반송상황

구 분	연간 수출량 (M/T)	반송량(M/T)		반송비율 (%)	반송사유
		건수	중량		
1995	14,269	2	23.6	0.16	설파메타진
1996	36,869	3	32.8	0.09	설파메타진
1997	51,448	6	85.8	0.17	계약위반(1건) 규격미달(1건) 설파메타진(4건)
1998. 4.	24,253	1	19.2	0.08	설파메타진

넷째로, 대일 수출용 규격돈 생산실적이 부진하여 일부 비 규격돈 돈육 수출로 한국산 돈육에 대한 신뢰도가 하락하는 경우도 발생하였다.

규격돈 생산부진 요인은 양돈농가의 돈사 시설요인도 있겠으나 무엇보다도 양돈농가 측면에서는 수출업체 영세성에 따른 출하대금 회수에 대한 불안감과 신용거래에 대한 인식부족 등 복합적 요인에 의해 가공수출업체에 돼지를 출하하지 않는 경향이 있었다.

특히 양돈농가의 계약이행율 저조로 인해 수출가공업체에서는 계획적인 고품질 수출물량을 확보하는데 상당한 어려움을 겪었다. (표 3-13)에서와 같이 양돈농가의 규격돈 생산 계약이행율을 보면 '96년 58.2%에서 전년도에는 55.5%로, 또한 규격돈 합격비율도 '96년 56.0%에서 '97년에는 45.0%로 떨어져 육가공업체의 규격돈 확대의 어려움을 얼마나 컸는지 알 수 있다.

(표 3-13) 규격돈 출하추이

구 분	구매계약두수	실제출하두수	합격두수	계약 이행율	합격율
'96	5,000,000	2,912,087	1,620,225	58.2%	56%
'97	7,217,967	4,006,543	1,805,694	55.5%	45%
'99	-	5,737,782	2,382,526	-	42%

※ 자료: 한국육류유통수출입협회

이 밖에 중소 수출업체들의 과다경쟁으로 저 품질의 돈육을 저가로 수출함으로서 바이어의 불신을 초래하였으며, 또한 업체간의 협력부족으로 인해 일본의 수입업체에 의해서 단가가 좌지우지하는 경향이 있었다.

특히 저 단가 수출로 인한 일본 수입업체로 부터의 불신을 해소하기 위하여 정부는 한국육류수출입협회로 하여금 저가·덤핑수출업체에 대한 제재 가이드라인을 검토토록 조치하였으며, 또한 저가·덤핑업체 수출신고센터를 설치했다. 저가 수출업체에 대한 규정은 수출면장에 의한 부위별 및 수출 스펙에 의한 가격 정보가 없어 세부시행 요령에 많은 어려움이 있었으나, 장기적으로 정부나 협회차원에서 품질인증제 사업을 추진하여 한국산 돈육의 품질 신뢰성을 제고시키기 위해 추진했다.

(2) ‘00년 대일 수출중단이후 수출상의 문제점

‘00년 국내 구제역 발생으로 우리 나라의 가장 큰 돼지고기 수출시장이었던 대일 수출이 중단됨으로서 일차적으로 구제역 및 돼지콜레라의 청정국으로 인증하는 등 수출재개를 목표로 추진하였으며. 이차적으로 비 선호 부위에 대한 내수 제품 및 소비개발과 수출다변화를 추진했다.

특히 2000년 대일 수출이 중단되기 이전까지만 해도 고품질의 규격돈을 생산하기 위해서 추진해 왔던 것이 중단이후 조기출하 및 증체 위주의 육성돈 사료 급여 등으로 PSE 출현율이 증가하여 고급율 수출을 위한 규격돈 생산에 부진한 실정이다.

더욱이 돈육 수출의 중요한 조건인 질병이 발생하지 않아야 함에도 불구하고 (표 3-14)에서와 같이 구제역은 ‘02년 5월 재 발생하였고, 돼지 콜레라의 경우 지난 ’03년도에 이어 ‘04년도에 12월 경기도 평택시 한 양돈농가에서 백신 미 접종으로 발생하는

(표 3-14) ‘00년이후 구제역 및 돼지콜레라 발생현황

연 도	발생질병	발생지역	비 고
‘00. 3	구 제 역	경기도 파주	
‘01 .9 12	구제역 청정국(OIE) 돼지콜레라 예방백신 접종 중단(전국)		
‘02. 4 5	돼지 콜레라 구 제 역	강원도 철 원 경기도 안 성	 러시아 수출중단
6	돼지 콜레라 청정국(OIE)		
10	돼지 콜레라	경기도 강화, 김포	예방 백신접종
11	구제역 청정국(OIE)		
12	돼지 콜레라	경기도 이 천	‘02. 5개 시군 발생
‘03. 3 4 5 8 10	돼지 콜레라	전국 26개시, 군 (5,398두 발생)	돼지 콜레라 예방백신 접종

등 여전히 돼지고기 수출이 불안한 상황이다.

또한 국내 최대 수출국가인 일본의 경우 돼지 콜레라 예방백신을 접종한 국가에서의 돈육 수입을 금지하고 있는 상황에서 국내 예방백신을 접종한 대일 냉동 및 냉장 돈육 수출은 무기한 연기 조치가 불가피한 상황이다.

불행중 다행하게도 예방백신을 금지하고 있는 제주도산 돈육이 '04년도 하반기부터 본격적으로 대일 수출의 문이 열렸으나, 대일 수출 재개 후 몇 개월 지나지 않아 돼지 콜레라 예방주사 항체가 발견되어 수출이 중단되는 등 질병 관리의 허술함이 나타났다. 이러한 수출 돈육 생산에 대한 양돈농가의 인식부족은 심각한 상황이며, 언제 어디서나 재발할 수 있는 가능성은 내재되어 있는 상황이다.

둘째로, 대일 수출을 제외하고, 수출 가능국가인 필리핀, 러시아 및 몽골 수출은 국내 가격 상승으로 지속적인 수출이 어려운 실정이다. 즉 '00년 대일 수출이 중단된 이후 '03년까지는 선호 부위는 부족한 반면에 비 선호부위는 생산과잉으로 재고량은 증가하여 육가공업체는 작업두수를 줄이거나 또는 저렴하게 수출할 수 밖에 없는 부위별 수급 불균형이 발생한 시기이었기 때문에 수출단가가 저렴한 필리핀, 러시아 및 몽골 수출이 가능하였고, 또 어느 정도 국내 수급 및 가격안정에 기여해 왔다.

그러나 지난 '03년 12월 미국의 광우병 발생과 태국 및 중국 등 주요 닭고기 수출국가에서의 조류 독감 발생으로 쇠고기 및 닭고기의 수입이 중단되어 대체재 관계인 돼지고기 수요는 증가한 반면에 여름철 폭염에 의한 생산성 저하와 돼지이유후 전신성 소모성 증후군(PMWS) 발생으로 공급량이 감소하면서 가격은 상승하고 유통시장은 수급 불균형에 의한 불안한 현상을 나타남으로서 제주도산 대일 수출을 제외하고는 타 국가의 수출은 거의 제한적일 수밖에 없었다. 다시 말해서 국내 가격상승으로 인해 돈육 수출이 가능한 필리핀, 몽골 및 러시아들이 품질보다는 낮은 가격을 요구하기 때문에 수출은 극히 제한적일 수밖에 없었다.

이처럼 국내 돼지고기 생산량 감소와 해외 육가공용 원료육의 부족에 따른 수입오퍼 가격 상승으로 국내 비 선호의 가격이 상승함으로서 당분간 필리핀, 러시아 및 몽골으로의 안정적인 수출에 장애 요인이 되고 있다. 그러나 국내외 양돈여건이 불안정하기 때문에 수출가능국가를 다변화하고 수출형태로 다양하게 개발하여 사전에 준비하는 자세가 필요할 것으로 사료된다.

2. 국내외 돼지고기 수출 여건과 가능성

1) 해외 주요 돼지고기 시장 및 수출 여건

(1) '04년도 세계 돼지고기 수급실적

'04년도 해외 육류(쇠고기, 닭고기)시장은 주요 생산국가에서의 질병발생으로 인한 육류 수출입이 제한됨으로서 수출국가뿐만 아니라 수입국의 육류시장에도 막대한 영향을 미쳤으며, 또한 질병이 발생한 육류 자체가격뿐만 아니라 대체재 및 보완재인 돼지고기 가격에도 많은 영향을 미쳤다. 특히 미국산의 광우병 발생에 따른 쇠고기 수출중단은 주요 수입국인 일본, 한국 및 유럽국가로 하여금 수입 쇠고기 가격상승뿐만 아니라 대체재인 돼지고기의 수요증가를 발생시켜 지육가격을 상승시키는 결과를 가져왔다. 즉 (표 3-15)에서와 같이 미국 광우병이 발생한 이후 '04년 지육가격은 대부분의 주요 돼지고기 수출입국가들이 상승하는 현상을 나타냈다.

(표 3-15) 주요 양돈국가의 지육가격 추이 (단위:$/Kg)

	한국	일본	미국	캐나다	프랑스	덴마크	네덜란드	벨기에
'03.12(A)	2.11	4.72	1.22	0.84	1.31	1.18	1.08	1.54
'04.1	2.43	4.02	1.33	1.00	1.35	1.23	1.22	1.69
2	2.79	3.96	1.48	1.06	1.52	1.28	1.36	1.82
3	2.83	4.20	1.55	1.20	1.61	1.40	1.42	1.86
4	2.94	3.72	1.55	1.17	1.43	1.36	1.30	1.77
5	3.19	3.46	1.91	1.47	1.44	1.32	1.31	1.76
6	3.30	4.59	1.78	1.43	1.80	1.42	1.68	2.07
7	3.04	4.48	1.73	1.38	1.71	1.48	1.66	2.08
8	3.37	4.27	1.61	1.29	1.63	1.48	1.69	2.02
9	2.80	3.85	1.68	1.41	1.78	1.53	1.78	2.17
10	2.41	3.27	1.58	1.24	1.69	1.50	1.58	2.04
11	3.59	3.37	1.68	1.36	1.76	1.61	1.65	2.16
12(B)	3.27	4.08	1.56	1.12	1.86	1.57	1.78	2.24
B/A(%)	△8.9	21.1	△7.1	△17.6	5.7	△2.5	7.9	3.7

※ 자료: 프랑스, mhr-viandes.

※ 지육가격은 매월 마지막 주 가격임.

한편 ‘04년도 세계 돼지고기 생산량은 (표 3-16)에서와 같이 90,858천톤(지육기준)으로서 ’03년도 88,959천톤에 대비하여 2.1% 증가하였으며, 소비량은 90,503천톤으로서 ‘03년도 88,599천톤에 대비하여 2.1% 증가함으로서 ’03년도에 대비해서 소비량 증가율이 생산량 증가율보다 더 컸다. 또한 ‘04년도 돼지고기 수출량은 4.182천톤으로서 ’03년도 4,116천톤에 대비하여 1.6% 증가했고, 수입량도 3,700천톤으로서 ‘03년도 3,687천톤에 대비하여 0.4% 증가하여 수출량 증가율은 수입량 증가율에 비해서 컸던 것으로 잠정 집계되고 있다.

(표 3-16) 세계 돼지고기 수급현황

(단위 : 천톤, 지육기준)

구 분	‘00	‘01	‘02	‘03	‘04	증감 (‘04/’03)
생산량(A)	81,819	83,578	86,451	88,959	90,858	2.1
소비량(B)	81,654	83,457	86,291	88,599	90,503	2.1
수출량	3,154	3,223	3,718	4,116	4,182	1.6
수입량	3,069	3,130	3,711	3,687	3,700	0.4
비율(%) (B/A)	△0.20	△0.14	△0.18	△0.40	△0.39	-

※ 주: ‘04년은 잠정치,

※ 자료 : USDA.

(2) ‘05년도 세계 돼지고기 생산 및 소비 전망

‘04년도 세계 돼지고기 가격은 미국 광우병 발생으로 인해 쇠고기 수출입이 중단됨으로서 돼지고기 대체 소비가 증가하면서 상승하여, 상반기에는 미국과 유럽, 일본에서 평균 도매가격은 15% 상승했다. 또한 하반기에는 BSE 및 가금인플루엔자 등의 발생으로 감소하였던 쇠고기 및 닭고기 소비량이 점차 회복세를 보이고 있으나, 돼지고기 소비량은 꾸준히 증가세를 유지하고 있다.

‘05년도 돼지고기 생산량은 (표 3-17)에서와 같이 91,619천톤으로서 ’04년도 90,8485천톤에 대비하여 0.8%, 소비량은 91,197천톤으로서 ‘04년도 90,503천톤에 대비하여 0.8% 각각 증가할 것으로 전망되고 있다.

(표 3-17) 세계 주요 국가의 돼지고기 생산량과 소비량

(단위: 지육 천톤)

구 분	생 산 량			소 비 량		
	‘04	‘05	증감(%)	‘04	‘05	증감(%)
중 국	47,170	47,500	0.7	46,928	47,188	0.6
유럽(25개국)	21,001	21,108	0.5	19,801	19,959	0.8
브라질	2,585	2,640	2.1	2,493	2,548	2.2
캐나다	1,900	1,935	1.8	2,239	2,289	2.2
러시아연방	1,740	1,790	2.9	2,015	2,060	2.2
일 본	1,270	1,265	0.4	1,515	1,565	3.3
필리핀	1,175	1,220	3.8	1,330	1,360	2.3
멕시코	1,150	1,175	2.2	1,198	1,244	3.8
한 국	1,100	1,170	6.4	1,054	1,069	1.4
대 만	893	895	0.2	973	965	△ 0.8
기 타	1,540	1,409	△ 8.5	2,007	1,909	△ 4.9
미 국	9,332	9,512	1.9	8,950	9,041	1.0
계	90,858	91,619	0.8	90,503	91,197	0.8

※ 자료 : USDA, livestock and poultry, world markets and trade.

※ 주 : ‘04년은 잠정치, ’05년 추정치임.

(3) ‘05년도 돼지고기 수출 및 수입 전망

‘05년 세계 돼지고기 수출입 물량은 (표 3-18)에서와 같이 ’04년보다 5.4% 증가한 7.8백만톤을 기록할 것으로 전망되고 있다. 이중 수출량은 2004년보다 1% 증가한 4.2백만톤을 기록하면서 역대 최고치를 나타날 것으로 보였다. 특히 중국이 여전히 세계 최대 돼지고기 생산 및 소비국가 위치를 차지하면서 수출량도 증가할 것이며 세계 최대 돼지고기 수입국인 일본은 계속해서 증가세를 나타내고 있어 대일 돼지고기 수출시장에 대한 경쟁도 계속 치열할 것으로 예상되고 있다.

육류 수출국가들 중 중국, 미국, 캐나다의 돼지고기 생산량 및 수출량이 역대 최대를 기록할 것으로 보이며, 미국의 경우 수출량은 2.2% 증가하면서 세계 돼지고기 수출량 중 23%를 차지할 것으로 예상되고 있다.

한편 돼지고기 무역형태는 기존 지육형태에서 정육형태로 더욱 확대되고 있다. 즉 각 국가별로 소비자의 부위별 선호도 차이가 있기 때문에 수출입의 기회가 더욱 증가

하여 지난 2년 동안 주요 수출국에서의 지육 수출량은 5% 증가한 반면에 부분육 거래는 8% 성장했다.

(표 3-18) 세계 주요 국가의 돼지고기 수출입 전망

(단위: 지육 천톤)

구 분	수 입 량			수 출 량		
	'04	'05	증감(%)	'04	'05	증감(%)
일 본	1,225	1,250	2.0	-	-	-
러시아연방	500	500	-	1	1	-
멕시코	415	440	6.0	50	50	-
홍 콩	317	335	5.7	-	-	-
한 국	200	208	4.0	11	15	36.4
캐나다	110	110	-	960	980	2.1
루마니아	90	95	5.6	-	-	-
중 국	88	88	-	330	400	21.2
호 주	75	80	6.7	60	60	-
대 만	78	70	10.3	-	-	-
기 타	96	97	1.0	-	-	-
미 국	506	506	-	938	959	2.2
유럽연합	-	-	-	1,250	1,166	△6.7
브라질	-	-	-	570	580	1.8
우크라이나	-	-	-	12	12	-
계	3,700	3,779	2.1	4,182	4,223	1.0

※ 자료 : USDA, livestock and poultry, world markets and trade.

※ 주: '04년은 잠정치, '05년 추정치임.

(4) 주요 국가별 돼지고기 생산, 소비 및 수출입 전망

가. 미국 돈육시장

'04년 미국의 돼지고기 수요량은 미국 내에서의 동물성 단백질 수요 증가, 쇠고기 가격 상승으로 인한 돼지고기 대체수요 증가 및 돼지고기 수출 증가(특히 멕시코와 대만으로의 수출)로 인해 증가했다.

'05년 돼지고기 생산량은 '04년 대비 2% 증가한 9백만 5천톤에 이룰 것으로 전망

되고 있다. 이러한 생산성 증가는 모돈 증가, 생산농가들의 번식의지 증가, 미국 옥수수와 대두 생산량 증가에 따른 사료비 감소 등이 주 요인으로 분석되고 있다.

돼지 사육두수('04. 9월 기준)는 '03년 동기간에 대비하여 '04년 9~11월, 12~2월 동안의 사육농가의 번식의지가 1%씩 증가하였고, 모돈과 비육돈 두수가 각각 1%씩 증가하면서 '05년 4~6월, 7~9월 도축두수도 증가할 것으로 전망되고 있다.

소비량은 내수시장뿐만 아니라 국제시장에도 증가추세를 나타낼 것으로 보여 지육가격 또한 상승할 것으로 전망되고 있다. 특히 돼지고기 수출에 있어서는 일본, 멕시코 및 캐나다의 수입물량중 미국산이 약 80% 차지할 것이며, 미국 달러 약세가 예상되기 때문에 미국산 수출경쟁력을 더욱 높을 것으로 전망되고 있다.

미국의 주요 돼지고기 수출국가로서는 멕시코와 대만이다. 이중 멕시코는 미국산 돼지고기 총 수출량은 '03년도에는 18%를 차지했고, '04년에는 24%를 차지했다. 이는 멕시코내 미국산 쇠고기 가격이 높기 때문에 미국산 돼지고기 소비가 더 증가한 것으로 분석되고 있다. 하지만 '04년도에 4%를 보였던 멕시코 경제 성장율이 2005년에도 비슷한 경제성장을 보일 것으로 예상되기 때문에 멕시코 사람들의 가계수입 증가로 동물성 고급 단백질의 수요는 계속 늘어날 분석되고 있다.

대만의 경우 PCV(Porcine Circovirus)에 의해 질병이 발생하면서 대만 소비자들이 대만산보다 미국산 돼지고기에 대한 더 많이 신뢰하고 있어 미국산 돼지고기 수출은 증가할 것으로 전망되고 있다.

한편 미국 내수시장뿐만 아니라 전 세계의 돈육 수요 증가, 미국내 쇠고기 가격 증가로 인한 돼지고기의 반사이익이 작용하면서 돼지고기 가격이 여전히 강세를 보일 것으로 보인다.

나. 유럽연합의 돈육시장

기존 15개국외에 신규로 10개 국가가 연합회에 가입함으로서 전체 회원국이 25개로 증가한 유럽연합은 사육두수 및 생산량이 다소 증가하고 상호 무역은 활발하게 이루어질 것으로 전망되고 있다.

기존 EU 15개국의 경우 재고량과 사육두수가 감소하고, 가격은 상승했다. '05년 전체 25개국의 사육두수는 (표 3-19)에서와 같이 408,347천두로서 전년도 407,076천두에 대비하여 0.3% 증가할 것이며, 이중 신규 10개국에서의 증가율이 0,8%로서 기존 15개국 사육두수 증가율 0.2%에 대비하여 증가율이 높은 것으로 전망되고 있다.

또한 도축두수에 있어서도 '04년도 238,075천두에 대비하여 0.5% 증가한 239,340천두에 이룰 것으로 전망되고 있으며, 이중 신규 국가는 1.2%, 기존 회원국은 0.5% 각각 증가할 것으로 전망되고 있다.

한편 유럽연합의 '05년도 돼지고기 생산량은 (표 3-20)에서와 같이 생산량은 21,108천톤으로서 전년도 21,001천톤에 대비하여 0.5% 증가하며, 수입량은 18천톤으로서 전년도와 동일하여 총 공급량은 21,152톤에 이룰 것으로 전망되고 있다. 반면에 소비량은 19,959천톤으로서 전년도 19,801천톤에 대비하여 0.8% 증가하고, 수출량은 1,166천톤으로서 전년도 1,250천톤에 대비하여 6.7% 감소함으로서 재고량은 전년도에 대비하여 3.8% 증가할 것으로 전망되고 있다.

(표 3-19) 유럽 연합(European Union-25)의 돼지 사육두수

(단위 : 천두)

구 분	사육두수			도축두수		
	EU-15	CEEC-10	계	EU-15	CEEC-10	계
'03	336,126	75,464	411,590	204,803	40,308	241,224
'04(잠정치)	334,743	72,333	407,076	203,430	38,035	238,075
'05(추정치)	335,435	72,912	408,347	204,370	38,510	239,340
증감(%)	0.2	0.8	0.3	0.5	1.2	0.5

※ 자료 : FASonline, Notes on European Union Data.

(표 3-20) 유럽 연합(European Union-25)의 돼지고기 수급전망

(단위 : 지육 천톤)

구 분		'03	'04(잠정치)	'05(추정치)	증감(%)
공급량	이월량	121	58	26	△55.2
	생산량	21,243	21,001	21,108	0.5
	수입량	22	18	18	-
	소 계	21,386	21,077	21,152	0.4
수요량	소비량	20,003	19,801	19,959	0.8
	수출량	1,325	1,250	1,166	△6.7
재고량		58	26	27	3.8

※ 자료 : FASonline, Notes on European Union Data.

다. 캐나다 돈육시장

캐나다의 ‘05년 돼지고기 생산량은 2% 증가한 1백 9십만톤에 이룰 것으로 전망되고 있다. 사육두수 증가는 지육 가격의 상승과 생돈의 미국 수출량 증가가 주요 요인이 될 것으로 분석된다.

미국과 캐나다 양국간의 돼지고기 수출입 물량은 계속 증가하고 있다. ‘03년도에는 캐나다의 돼지고기 전체 수출량의 56%를 차지할 정도로 미국은 캐나다의 가장 큰 수출시장으로서 ’04. 7월까지 미국으로의 돼지고기 수출은 전년도 동기간에 대비 9% 감소하였으나, 일본 및 멕시코의 수출량은 증가되고 있다. ‘05년도에는 수출량은 전년도 대비 2% 증가할 것으로 전망되고 있다.

라. 일본 돈육시장

세계에서 가장 큰 수입시장인 일본 돈육시장은 ‘03년 수입량이 거의 3% 감소한 후 일본의 수입은 ’04년 8%, ‘05년도에는 2% 각각 증가할 것으로 예상되고 있다. 주로 가공육으로 사용되는 냉동육의 증가는 수입육 수요를 약화시켰고 긴급조치(SG) 발동케 했다. 국내산 생산량은 ’04년도에는 1% 증가할 것으로 전망되며, ‘05년도에는 동일한 수준을 유지할 것으로 판단된다.

마. 멕시코 돈육시장

돼지고기 생산량은 ‘05년도에는 1백 2십만톤으로서 ’04년 기준으로 약 2% 증가할 것이며, ‘03년 50%까지 감소했던 생돈 수입은 ’04년 및 ‘05년도에는 증가할 것으로 전망되고 있다. 미국으로부터 멕시코 쇠고기 수입량이 점점 회복하고 있지만, 돼지고기 소비량은 ’04년도에 연평균 약 6%, ‘05년도에는 3% 증가할 것으로 전망되고 있다.

바. 러시아 돈육시장

‘05년 돼지고기 생산량은 약 3% 성장할 것으로 예상되며, 러시아 육류 생산 활성화를 촉진시키기 위해 추진되고 있는 관세할당제도(TRQ) HS 코드 0203으로 러시아 정부에 수입쿼터를 설정되었다. ’04년도 국가별 수입량은 유럽연합(10개국 포함) 227,300톤, 미국 42,200톤, 파라구아이 1,000톤, 기타(cis 국가 제외) 179,500톤, 관세는 15%, 그러나 TRQ물량은 0.25 유로/kG, 그 이상 물량에 대해서는 관세는 80%, 1.06유로/kg로 결정되었다.

2) 국내 돼지고기 수출 여건.

(1) ‘04년 돼지고기 지육가격과 출하두수

국내 돼지고기 수출 목적은 정부 입장에서는 수급 및 가격안정 차원에서 이루어진다면 업체의 입장에서는 국내 판매가격에 의한 이윤보다는 수출시 수취하는 이윤이 더 클 때만이 가능하다.

특히 우리 나라의 지육상태에서는 타 양돈 선진국에 대비해서 경쟁력이 떨어지지만, 국내 돈육 소비문화가 삼겹살은 선호하는 반면에 후지, 등심 및 안심은 선호하지 않는 식생활로 인해 비 선호 부위 수출을 통해서 부가가치를 높음으로서 상대적으로 삼겹살 등 선호부위의 경쟁력을 높이기 위한 방안으로 추진해 되었다.

그러나 ‘04년 국내 지육가격은 (표 3-21)과 같이 국내 양돈산업이 시작한 이래 처음으로 4,000원/Kg의 높은 가격을 나타냄으로서 수출 입지는 더욱 좁아지게 되었다. 지난 ’04년도 가격상승 요인이 쇠고기와 닭고기에 대한 대체재로서의 소비량 증가와 더불어 국내 비육돈 출하두수 감소(전년도 동기간 대비 5.2% 감소)로 분석되고 있다.

(표 3-21) 돼지고기 지육가격, 출하두수 추이

구 분	지육가격(원/Kg)			출하두수(천두)		
	‘03	‘04	증감 (‘04/’03)	‘03	‘04	증감 (‘04/’03)
1	2,284	2,861	25.3	1,397	1,242	△11.1
2	2,218	3,280	47.8	1,177	1,170	△ 0.6
3	2,333	3,433	47.1	1,277	1,293	1.3
4	2,439	3,541	45.2	1,287	1,254	△ 2.6
5	2,891	3,828	32.4	1,224	1,157	△ 5.5
6	3,041	3,946	29.8	1,146	1,119	△ 2.4
7	2,757	3,869	40.3	1,192	1,122	△ 5.9
8	2,608	4,060	55.7	1,233	1,124	△ 8.9
9	2,165	3,605	66.5	1,214	1,136	△ 6.4
10	1,988	2,861	43.9	1,400	1,347	△ 3.8
11	2,277	3,378	48.4	1,273	1,348	1.7
12	2,524	3,705	46.8	1,382	1,292	△ 6.5
계 (평균)	2,464	3,513	42.6	15,287	14,606	△ 4.5

※ 지육가격은 전국기준임.

더욱이 국내 출하두수 감소는 돼지 이유후 전신성 소모성 증후군(PMWS) 발생과 지난 7-8월 여름철 10여년만에 처음 찾아온 폭염으로 인해 돼지의 성장률이 크게 둔화되고, 종부율이 낮아진 것이 가장 큰 요인으로 인해 발생한 것으로서 지육가격 상승은 지속될 가능성이 높은 실정이다.

‘04년도 돼지고기 소비량은 (표 3-22)에서와 같이 857,375톤으로서 ‘03년도 834,059톤에 대비하여 3.0% 증가한 것으로 잠정 추정되고 있으며, 1인당 소비량은 17.83kg로서 ’03년도 17.43kg에 대비하여 2.2% 증가한 것으로 분석되고 있다. 그러나 국내산 돼지고기 소비량은 744,930톤으로서 전년도 대비 4.0% 감소한 반면에 수입육 소비량은 오히려 94.7% 증가한 것으로 판단된다. 다시 말해서 쇠고기 및 닭고기의 대체수요로 돼지고기 소비량은 증가한 반면에 국내 질병발생 등의 자연적인 요인에 의한 출하두수 감소로 국내 공급량은 감소하여 국내산 돼지고기 소비량은 감소한 것으로 분석된다.

한편 부위별 소비량은 (표 3-23)에서와 같이 국내산 생산량이 부족한 상황에서 국내 부위별 소비량은 기존 이차 육가공업체의 비 선호부위 구입량 증가와 일반 경기침체에 따른 소비자의 불고기 등 비 선호 부위의 물량 증가현상을 나타냈다.

(표 3-22) 연도별 돼지고기 수급 및 전망

(단위 : 톤)

구 분		‘03	‘04 (잠정치)	‘05 (추정치)	증 감(%)	
					‘04/’03	‘05/’04
공급	이월량	70,431	39,832	24,746	△ 43.4	△ 37.9
	생산량	782,572	747,858	717,978	△ 4.4	△ 4.0
	수입량	60,790	108,830	152,230	79.0	39.9
	계	830,604	896,520	894,954	7.9	△ 0.2
수요	소비량 (1인당: kg)	834,059 (17.43)	857,375 (17.83)	863,688 (17.88)	3.0 (2.2)	0.7 (0.3)
	수출량	27,144	14,399	15,000	△ 47.0	4.2
	재고량	39,832	24,746	16,266	△ 37.9	△ 34.3

‘04년도 부위별 소비량은 (표 3-23)에서와 같이 비 선호 부위는 증가한 반면에 선호 부위는 감소하는 현상을 나타냈다. 특히 비 선호 부위중 등심의 소비율이 지난 ’99년도 전체 소비량중 9.50%에 불가하였으나, ‘04년도에는 12.55%로서 3.05% 증가하였다. 후지의 경우에는 17.80%에서 22.60%로서 4.80% 증가한 것으로 나타났다. 이는 내수 제품 개발과 더불어 수출이 중단되면서 비 선호 부위의 가격이 하락하게 됨에 따라 육가공 원료로서 사용하였던 수입육을 100% 국내산으로 대체하였기 때문으로 분석된다.

(표 3-23) 연도별 돼지고기 부위별 소비추이

(단위: %)

구 분	비 선호 부위				선호 부위					
	안 심	등 심	후 지	계	목 심	삼겹살	전 지	갈 비	잡 육	계
‘95	1.55	13.50	23.50	38.55	9.15	19.06	16.23	8.10	8.91	61.45
‘99	1.25	9.50	17.80	28.55	10.30	25.00	17.50	8.50	10.15	71.45
‘00	0.80	11.62	22.18	34.60	9.57	22.25	16.40	8.15	9.03	65.40
‘01	1.30	12.50	21.00	35.00	9.50	23.20	15.20	8.10	9.00	65.00
‘02	1.50	13.00	23.00	37.55	8.80	21.50	15.48	8.10	8.57	62.45
‘03	1.55	12.50	22.50	36.55	9.10	22.40	15.70	8.24	8.10	63.45
‘04	1.50	12.55	22.60	36.71	9.04	22.50	15.80	8.25	7.70	63.29
차이 (‘04-’99)	0.25	3.05	4.80	8.16	△1.26	△2.50	△1.70	△0.25	△2.40	△8.16

※ 협회 추정치임.

(2) 부위별 가격 추이

‘04년도 부위별 유통가격은 비 선부 부위 부족으로 인해 (표 3-25)에서와 같이 후지, 갈비 및 전지 가격이 상승한 반면에 삼겹살 및 목심 가격은 하락했다. 특히 전분기와 마찬가지로 후지 및 전지는 2차 원료육 부족으로 상승한 반면에 갈비는 구정 수요물량을 확보하려는 중간 유통업체의 구입량 증가가 주 요인으로 것으로 판단된다.

한편 ’03년까지만 해도 국내 비 선호 부위의 가격지수는 (표 3-24)에서와 하락한 추세를 나타냈음으로서 여전히 공급과잉 현상을 나타냈다.

(표 3-24) 부위별 가격지수 변화

(단위 : 원/kg)

위		대일 수출중단		북미 쇠고기 수입중단			증 감(지수)		
		'00. 10 (A)	(지수)	'03. 11 (B)	(지수)	'04. 3 (C)	(지수)	B-A	C-A	C-B
지육가격		2,655	(100)	2,299	(100)	3,430	(100)	-	-	-
유통 가격 (냉장)	안 심	3,046	(115)	2,776	(120)	3,846	(89)	5	△26	△31
	등 심	2,802	(106)	2,577	(92)	3,667	(107)	△14	1	15
	후 지	2,484	(94)	1,852	(81)	3,017	(88)	△13	△ 6	7
	삼겹살	8,231	(310)	8,062	(351)	10,691	(312)	41	2	△39
	목 심	7,302	(275)	6,349	(276)	8,521	(248)	1	△27	△28
	전 지	3,598	(136)	2,865	(80)	4,369	(127)	△56	△ 9	47
	갈 비	5,579	(210)	4,375	(190)	6,605	(193)	△20	△17	3
	갈매기	8,378	(316)	8,110	(353)	9,821	(286)	37	△30	△67
	잡 육	-	(-)	2,147	(93)	2,480	(138)	-	-	45

※ 지육가격은 전국가격 기준 , ※ 지수(%) = 부위별 유통가격/ 지육가격.

(표 3-25) 돼지고기 부위별 유통가격

(단위: 원/Kg)

	지육가격			부분육(국내산)							
				냉장육			냉동육				
	'03	'04	증감 (%)	삼겹살	목 심	갈 비	삼겹살	목 심	갈 비	후 지	전 지
1월	2,234	2,861	28.1	8,500	6,700	5,500	7,000	5,200	5,000	1,700	2,800
2	2,216	3,280	48.0	9,300	7,800	6,200	7,800	6,200	5,700	2,200	3,300
3	2,333	3,430	47.0	10,800	8,200	6,800	8,500	7,500	6,500	2,700	3,900
4	2,439	3,530	44.7	10,500	8,000	6,400	9,000	7,200	6,000	2,700	3,700
5	2,891	3,828	32.4	10,700	8,200	6,000	9,000	7,500	5,000	2,800	3,800
6	3,041	3,946	29.8	11,000	9,000	6,200	9,000	7,500	5,300	3,000	3,800
7	2,757	3,869	40.3	11,200	9,000	6,200	9,500	7,800	5,500	2,800	3,700
8	2,609	4,060	55.6	11,200	9,000	6,200	9,500	7,800	6,000	2,900	3,700
9	2,165	3,605	66.5	11,500	8,700	6,500	9,700	7,700	6,500	3,000	3,900
10	1,988	2,846	43,2	9,100	8,200	7,000	8,500	7,800	6,500	3,500	3,500
11	2,277	3,378	48.4	9,500	8,500	6,200	7,800	6,500	5,000	3,400	4,200
12	2,524	3,809	50.9	8,500	7,500	5,800	7,500	6,000	5,500	3,300	3,800
소 계 (1-10)	2,456 (2,445)	3,537 (3,492)	44.0 (42.8)	9,192	8,233	6,250	8,567	7,058	5,708	2,833	3,675

※ 지육가격은 전국기준.

※ 국내산 부분육 가격은 비 브랜드 육가공업체의 판매가격 기준.

(3) 돼지 출하두수와 가격전망

돼지고기 수출량에 영향을 미치는 출하두수 및 지육가격은 (표 3-26)에서와 같이 첫째로 출하두수는 질병에 의한 생산성 수준은 전년도와 동일한 수준을 유지될 것으로 가정할 때 상반기에는 전년도에 비해서 감소하겠으나, 하반기에는 증가한 형태로 전년도에 대비하여 4.0% 감소한 14,023천두가 될 것으로 전망된다. 즉 생산농가의 증식의욕 증가, 돼지고기 브랜드사업, 생산 이력제에 의한 국내산과 수입육과의 차별화 정책 또한 생산농가로 하여금 사육두수를 증가시키는 동기로 작용하나 전년도 질병발생요인이 지속적으로 작용하기 때문으로 풀이된다.

한편 지육가격도 '04년도 평균가격 3,492원 대비하여 5.1% 상승한 3,693원으로 상승할 것으로 전망된다. 분기별로는 전년도에 대비하여 상반기에는 상승하고, 하반기에는 하락할 것으로 전망된다. 즉 상반기에는 국내 생산량이 전년도 여름철 폭염에 의한 번식장애와 PMWS 질병 영향으로 출하두수가 감소한 반면에 하반기에는 출하두수 증가, 쇠고기 수입재개와 관련하여 육가공업체 및 유통업체의 기존 재고량을 시장에로의 유입과 소비량 감소 등이 지육가격에 많은 영향을 미칠 것으로 예상되기 때문이다.

이처럼 사육두수 감소와 지육가격 상승은 당분간 지속될 것으로 전망됨에 따라 국내 수출여건도 개선되길 어려울 것으로 전망된다.

(표 3-26) 비육돈 출하두수 및 지육가격 전망.

구 분	출하두수(천두)			지육가격(원/kg)		
	'04 (실적치)	'05 (추정치)	증감 ('05/'04)	'04 (실적치)	'05 (추정치)	증감 ('05/'04)
1	1,242.3	1,215.4	△ 2.2	2,861	3,859	34.9
2	1,169.6	1,004.9	△ 14.1	3,280	3,713	13.2
3	1,293.3	1,243.4	△ 3.9	3,430	3,897	13.6
4	1,254.6	1,169.8	△ 6.8	3,530	3,985	12.9
5	1,157.3	1,166.9	0.8	3,825	4,042	5.7
6	1,119.5	1,174.9	4.9	3,823	3,919	2.5
7	1,122.5	1,191.7	6.2	3,871	3,718	△ 4.0
8	1,124.0	1,193.6	6.2	4,047	3,672	△ 9.3
9	1,136.0	1,106.0	△ 2.6	3,616	3,684	1.9
10	1,347.4	1,158.2	△ 14.0	2,854	3,032	6.2
11	1,347.6	1,201.0	△ 10.9	3,365	3,309	△ 1.7
12	1,292.5	1,197.3	△ 7.4	3,702	3,476	△ 6.1
합 계	14,606.6	14,023.0	△ 4.0	3,517	3,693	5.0

3) 돈육 수출가능국가의 수입 현황 및 시장분석

(1) 필리핀 돼지고기 수출시장

가. 돼지고기 수급 및 생산 현황

필리핀은 면적 30만㎢. 인구 86,242천명('04)으로서 타이완과 보르네오, 셀레베스섬 사이에 있으며. 국토는 모두 약 7,100개의 섬들로 구성되어 있다.

국민총생산 성장률이 89년 5.6%이였고, 1인당 국내총생산 5,196$('04년 추정치)로서 개발도상국 중에서도 저위에 속하며, 심한 소득격차로 부의 분배가 불균형 상태이다. 일반 국민의 빈곤은 저생산성과 과잉노동력을 특징으로 하는 농촌에서 특히 뚜렷하다. 노동인구의 절반이 종사하는 농업에서는 식량작물(쌀·옥수수 등)이 전 수확면적 1200만ha의 65%를 차지하며, 나머지가 코코넛·사탕수수·바나나·마닐라삼(아바카)·담배 등 수출작물인데, 사탕수수를 제외하고는 소농경영이 일반적이고 생산성은 낮다.

특히 축산물은 필리핀의 완전한 전통음식(우리나라의 청국장)보다는 패스 푸드화된 전통음식(우리나라의 불고기 정도의 음식)으로 인해 소비량이 증가하고 있다. 즉 (표 3-27)에서와 같이 '03년도 돼지고기의 1인당 소비량은 20.05Kg로서 '02년도 16.88Kg에 대비하여 18.8% 증가추세에 있고, 전체 육류 소비량 중에서도 53.3%를 차지할 정도다.

(표 3-27) 육류별 소비 추이

구 분		'00	'01	'02	'03	'04	비율(%) ('03년기준)
인구수(천명)		76,946	78,578	80,428	84,620	86,242	-
GNP($/인)		3,600	3,917	4,223	4,618	5,196	-
육 류 소비량 (천톤)	쇠고기 (1인당)	271.6 (3.79)	238.1 (3.03)	198.7 (2.47)	258.4 (3.05)	- -	(8.1)
	돼지고기 (1인당)	1,248.8 (16.23)	1,287.9 (16.39)	1,357.6 (16.88)	1,734.1 (20.05)	- -	(53.3)
	닭고기 (1인당)	997.8 (7.12)	603.5 (7.68)	646.6 (8.04)	1,188.8 (14.04)	- -	(37.3)
	계 (1인당)	2,787.2 (26.03)	2,129.5 (27.10)	2,202.9 (27.39)	3,181.3 (37.59)	- -	(100.0)

한편 돼지고기 수급은 (표 3-28)에서와 같이 '03년도를 기준하여 총 공급량은 1,365천톤으로서 이중 국내 생산량 1,320천톤, 수입량 45천톤이였으며, 소비량은 1,734천톤이였다. 즉 '03년도에는 국내 생산량은 감소한 반면에 소비량 증가로 수입량도 증가한 것으로 나타났다. '03년 기준 돼지 사육두수는 13,000천두로서 '02년도와 동일한 수준을 나타냈다.

(표 3-28) 돼지고기 수급현황

(단위; 톤)

구 분		2000	2001	2002	2003	증감(%) ('03/'02)
공급	생산량	1,212,536	1,265.888	1,332,347	1,320,000	△0.9
	수입량	41,338	26,851	25,636	45,168	76.2
	계	1,253,874	1,292,739	1,357,983	1,365,168	△0.5
소 비 량		1,248,800	1,287,900	1,347,600	1,734,100	28.6

(표 3-29) 돼지 사육두수 현황

(단위 : 천두)

구 분	2000	2001	2002	2003
돼 지	12,400	12,500	13,000	13,000

나. 돼지고기 국내가격 추이

돼지고기 연도별 가격은 (표 3-30)에서와 같이 거의 일정한 수준을 나타내고 있다. 즉 '03년 기준 생돈가격은 '02년도에 대비하여 2.1%, 지육가격은 7.1% 하락한 반면에 후지 부분육 가격은 동일한 수준을 나타냈다. 또한 계절적인 가격지수는 (표 3-31)에서와 같이 4-5월이 높은 반면에 10-2월까지 낮게 나타나 우리 나라와 동일한 형태를 나타내고 있다. 따라서 국내 지육가격이 저렴한 시기에 수출량을 증가시켜야 하는 10-12월에 상대적으로 수출국인 필리핀의 지육가격도 하락함으로서 국내 돼지고기 수출에 있어서는 불리한 여건이다.

(표 3-30) 연도별 돼지가격 추이

(단위: 페소)

구 분	생 돈	지 육	부 분 육 (후지)	비중(%) (부분육/지육)
‘95	43.99	47.53	86.54	182.1
‘96	-	58.44	96.96	165.9
‘97	49.39	55.72	100.79	180.9
‘98	-	59.72	104.79	175.5
‘99	-	57.02	108.70	190.6
‘00	50.96	62.65	108.76	173.6
‘01	52.16	66.39	115.79	174.4
‘02	51.09	68.53	113.04	164.9
‘03	50.02	63.67	113.10	177.6
증감(%) (‘03/’02)	△ 2.1	△ 7.1	0.1	-

(표 3-31) 계절별 돼지고기 가격지수

월	생 돈	지 육	부분육
1	0.985	0.949	0.985
2	0.997	0.967	0.933
3	1.004	1.003	1.010
4	1.020	1.011	1.023
5	1.024	1.032	1.019
6	1.031	1.027	1.016
7	1.009	1.022	1.010
8	1.006	1.015	1.002
9	1.000	0.990	0.988
10	0.919	0.991	0.983
11	1.005	0.933	0.981
12	1.000	1.000	0.991

※ 분석기간: ‘98-’03년

한편 돼지고기 소비자 판매가격은 (표 3-32)에서와 같이 박피가 방박에 대해서 20% 높았으며, 한국산 가격에 비해서 삼겹살은 280%, 등심은 118%, 뒷다리는 106%, 안심은 117% 높았다. 이는 국내 돼지질병 발생에 따른 생산량 부족으로 가격상승이 발생하였고 더욱이 원화 절상으로 원화의 가치가 상승했기 때문이다. 그러나 지난 1년전 동월을 기준으로 비교할 경우 비 선호 부위인 등심, 후지 및 안심 부위의 수출은 상대적으로 국내산이 더 저렴하여 수출이 가능한 것으로 분석된다.

(표 3-32) 돼지고기 소비자 판매가격

(단위 : 페소/Kg)

구 분	필 리 핀 (페소/kg)		한 국		증감(%) (B/A)
	skin-on	skin-off(A)	skin-off(B)	('03.11월)	
목 심	158-165	-	469	287	-
앞다리	140	-	253	138	-
삼겹살	163	195	547	380	280
등 심	168	170-180	207	108	118
후 지	158	175	186	76	106
안 심	-	195	228	127	117

※ 현지 조사(2004. 11월/ 백화점 기준)

※ 1페소 = 18.75원(2004년말), 21.48원('03.11)

다. 돼지고기 수입현황

지난 '03년도 돼지고기 수입량은 (표 3-33)에서와 같이 세계 14개 국가에서 45천톤 수입되었고, 국가별로는 캐나다 36%, 프랑스 13%, 한국 12% 순이었다. 그러나 '04년도에는 미국의 광우병 발생에 따른 쇠고기 수출입이 중단되고 심지어 대량 생산국인 태국 및 중국에서의 조류독감 발생에 따른 수출입이 중단되면서 상대적으로 돼지고기의 소비량이 증가하게 되었다. 필리핀의 경우에는 미국산 쇠고기 수입이 계속되었으나, 상대적으로 돼지고기 소비량도 증가하여 약 60천톤(추정, 1~10월 50천톤)이 이루었다.

'04년도 돼지고기 국가별은 '03년도 주요 수출국중 캐나다 및 한국의 수출량은 감소한 반면에 덴마크, 프랑스, 네덜란드는 증가했다.

(표 3-33) 돼지고기 국가별 수입량

국가별	'03	'04. 1-10	증감('04/'03)
호 주	2,707 (6.0)	3,212 (6.4)	18.7
벨 기 에	2,842 (6.3)	3,680 (7.3)	29.5
캐 나 다	16,218 (35.9)	14,307 (27.4)	△ 11.8
중 국	- (-)	3,177 (6.3)	-
덴 마 크	3,903 (8.6)	8,065 (16.0)	106.6
프 랑 스	6,028 (13.3)	6,858 (13.6)	13.8
독 일	2,933 (6.5)	598 (1.2)	△ 79.6
네덜란드	1,696 (3.8)	4,846 (9.6)	185.7
아일랜드	150 (0.3)	- (-)	-
한 국	5,422 (12.0)	2,885 (5.7)	△ 46.8
뉴질랜드	- (-)	40 (0.1)	-
스 페 인	424 (0.9)	883 (1.8)	108.3
영 국	297 (0.7)	401 (0.8)	35.0
미 국	1,446 (3.2)	1,473 (2.9)	1.9
계	45,168 (100)	50,426 (100)	11.6

※ 자료 : 필리핀 BAI.

(표 3-34) 국가별 부위별 수입실적('04. 1-10)

(단위: 톤)

국가별	지육	기 타		부 산 물			계
		삼겹살	기타	지방	스킨	내장	
호 주	-	-	129	717	929	1,436	3,212
벨 기 에	29	222	210	665	2,099	455	3,680
캐 나 다	75	49	1,151	7,454	368	5,210	14,307
중 국	-	-	815	2,263	-	100	3,177
덴 마 크	-	1,321	1,985	2,918	1,310	531	8,065
프 랑 스	-	939	1,276	2,125	897	629	6,858
독 일	992	-	49	-	302	246	598
네덜란드	-	-	1,431	930	1,389	1,096	4,846
한 국	-	120	317	1,072	1,141	235	2,885
스 페 인	-	34	168	385	-	297	40
영 국	-	208	123	-	45	25	883
미 국	-	73	67	215	161	957	401
계 (비율)	1,096 (2.2)	2,967 (5.9)	7,747 (15.4)	18,758 (37.2)	8,643 (17.1)	11,216 (22.2)	50,426 (100)
		10,714 (21.3)		38,617(76.5)			

※ 자료 : 필리핀 BAI.

한편 국가별 부위별 수입량은 (표 3-34)에서와 같이 지육의 경우 독일, 캐나다, 벨기에에서 정육은 덴마크, 네덜란드, 프랑스, 캐나다가 주요 수입국이었으며, 부산물의 경우 캐나다, 네덜란드, 호주가 주요 국가이었다.

수입량중 지육은 2.2%, 정육은 21.3%, 부산물은 76.5%를 차지하였으며, 부산물 중에는 지방 37.2%, 내장 22.2%, 스킨 17.1%를, 정육은 삼겹살이 5.9%, 기타인 후지는 15.4%를 각각 차지했다.

우리 나라의 경우 '04년도(1~10월) 수출량은 정육이 437톤, 부산물이 2,448톤으로서 총 2,885톤으로서 수출단가는 (표 3-35)에서와 같이 후지 1.52$(1,672원), 등심 1.60$(1,760원)으로서 사실상 부분육 수출은 '04년 12말 현재 수준에서는 불가능하나, 일부 부산물로서 간(肝) 수출이 가능한 실정이다.

(표 3-35) 필리핀 수입업체의 수입단가

부 위		관세율 (%)	수입가격(US $/kg) (C&F, MANILA)	비고
정 육	후 지	30(60)	1.52	
	등 심	30(60)	1.60	
부산물	스킨(껍질)	10	0.52	HEAD MASK
	머 리	10	0.93	
	지 방(A)	5	0.60	
	간	5	0.60	
	도가니	10	1.10	

※ 조사일자: 2004. 2. 4일

※ ( ) 관세율은 초과 쿼터에 대한 관세율.

(표 3-36) 주요 가공업체 현황

순위	가 공 업 체	물 량(톤/일)	
		냉동육	캔류
1	Purefoods corporation	150	150
2	Swift Foods	60-100	60-100
3	San Miguel Campo Frio	14	14

(2) 러시아 돼지고기 수출시장

가. 돼지 사육두수 현황

러시아는 유럽에서 아시아에 이르는 옛 소련 영토의 대부분을 차지하는 국가로서 면적은 1,707만 5200㎢. 인구 1억 4,378만 ('03년), 국민 1인당 GDP는 3,200$('03년)이다.

'17년 10월 러시아혁명이 일어난 뒤 러시아연방공화국이 수립되었으며, '22년 소비에트연방을 구성하는 공화국이 되었으나 '91년 소련이 해체되면서 다른 공화국(12개국) 들과 연합하여 독립국가연합(Commonwealth of Independent States)을 형성하였다.

러시아의 농지는 국토의 약 1/6 정도를 차지하며 농지의 60%만이 경작지로 나머지는 방목장과 목초지로 이용된다. 특히 습지성의 북서부지역과 중앙지역에서는 곡물재배의 수준이 다른 지역보다 훨씬 낮은 반면 사료작물 재배와 가축사육은 활발하다.

러시아의 축종별 사육두수는 (표 3-37)에서와 같이 '04년 기준 돼지는 17.1백만두, 소 11.3백만두, 닭 216.0백만수이었으며, 돼지고기 소비량은 (표 3-38)에서와 같이 '03년 현재 2,100천톤으로서 '02년도에 대비하여 1.7% 증가하였고, 1인당 소비량은 14.6Kg로서 전년도 14.3Kg에 대비하여 2.1% 증가했다. 쇠고기 1인당 소비량이 17.4Kg, 닭고기 소비량이 15.6Kg에 대비해서 적었다.

이처럼 돼지 사육두수가 타 축종에 비해서 많은 반면 소비량은 타 육류에 비해서 적었으며, 상대적으로 타 육류에 비해서 수입량은 적으나 돼지고기 소비는 지형적인 영향으로 지방을 섭취해야 하는 식생활 때문에 꾸준히 증가하는 추세다.

(표 3-37) 돼지 사육두수 추이

(단위 : 백만두)

구 분	돼지	소	닭	양 및 거위
'90	40.0	20.8	659.8	61.3
'95	24.9	18.4	491.0	34.5
'00	15.7	12.7	348.7	14.8
'01	16.0	12.2	346.8	15.3
'02	17.3	12.7	215.5	16.1
'03	17.2	12.3	217.6	18.4
'04	17.1	11.3	216.0	17.0

※ '90년도는 소련연방.

(표 3-38) 돼지고기 소비 추이

(단위: 천톤, Kg)

구 분	돼지고기		쇠고기		닭고기		양 및 거위	
	전 체	1인당	전체	1인당	전체	1인당	전체	1인당
‘90	7,014	23.4	9,343	31.9	3,561	12.3	1,088	3.7
‘95	2,466	16.6	3,360	22.5	1,717	11.6	278	1.9
‘00	1,946	13.3	2,218	15.2	1,442	9.9	143	1.0
‘01	1,907	13.1	2,392	16.5	2,095	14.5	138	0.9
‘02	2,065	14.3	2,547	17.7	2,315	16.1	140	1.0
‘03	2,100	14.6	2,500	17.4	2,250	15.6	140	1.0

※ ‘90년도는 소련연방.

나. 돼지고기 수입 현황

러시아의 돼지고기 수입량은 (표 3-39)에서와 같이 '03년도 580천톤으로서 ‘02년도 657천톤에 대비하여 11.7% 감소하였으며, ’04년도에도 감소한 것으로 잠정 추정되고 있다. 이는 러시아 국내 경제적인 제정사정이 악화되면서 해외에서의 수입량도 감소한 것으로 분석되고 있다.

(표 3-39) 돼지고기 수입량 및 수입가격 추이

구 분	수 입 량(천톤)			수입단가($/Kg)		
	돼지고기	쇠고기	닭고기	돼지고기	쇠고기	닭고기
‘90	360	559	277	-	-	-
‘95	578	630	864	-	-	0.89
‘00	252	322	691	1.10	1.29	0.62
‘01	422	526	1,390	0.87	1.21	0.58
‘02	657	597	1,381	1.00	1.29	0.58
‘03	580	585	1,140	1.40	1.45	0.58
‘04 (1-6)	220	216	535	1.45	1.50	0.59

※ ‘90년도는 소련연방.

반면 수입단가는 '04년 상반기 1.45$/Kg로서 '03년도 1.40$/Kg에 대비하여 3.6% 상승하여 연차적으로 상승추세를 나타내고 있으며, 또한 쇠고기의 수입단가에 대비해서는 3.3% 낮은 반면에 닭고기 수입단가에 대비해서는 145.8% 높아, 우리 나라에 대비하여 쇠고기와 돼지고기의 가격 차이이 적은 것으로 나타냈다.

돼지고기 국가별 수입량은 (표 3-41)에서와 같이 '03년도를 기준으로 할 경우 브라질이 45.0%, 유럽연합 28.3%, 중국 10.9%, 미국 2.9%, 기타 2.9%를 각각 나타났다.

한편 수입 돼지고기의 국내 판매가격은 (표 3-41)에서와 같이 '04년 상반기를 기준할 경우 수입단가 1.45$에서 도매가격은 3.85$, 소매가격은 4.05%로서 도매유통상인의 마진 및 비용은 2.40$, 소매유통상인의 마진과 0.2$로서 도매유통상인의 마진과 비

(표 3-40) 육류별 국가별 수입량('03년)

(단위 : 천톤)

구 분	돼지고기	쇠 고 기	닭 고 기
미 국	17(2.9%)	20	764
브라질	261(45.0%)	83	194
중 국	63(10.9%)	64	17
유럽연합	164(28.3%)	240	-
우크라이나	- (-)	167	-
기 타	75(2.9%)	11	165
계	580(100)	585	1,140

(3-41) 수입육 가격추이

(단위 :$/Kg)

구 분	돼지고기			쇠 고 기			닭 고 기		
		도매가격	소매가격	수입단가	도매가격	소매가격	수입단가	도매가격	소매가격
'02	1.00	1.4	1.6	1.29	1.5	1.6	0.58	1.1-1.7	1.3
'03	1.40	1.7	1.8	1.45	1.6	1.8	0.58	1.5-3.3	1.8
'04 (1-6)	1.45	3.1-4.6	3.3-4.8	1.50	2.5-3.4	2.7-3.5	0.59	1.2-1.5	1.8

용이 상대적으로 높아 유통구조상 조사 연구가 필요한 것으로 판단된다.

'05년도 러시아 육류 생산 활성화를 촉진시키기 위해 추진되고 있는 관세할당제도(TRQ) HS 코드 0203으로서 러시아 정부에 수입쿼터를 설정되었다. 2004년도 TRQ 변수(2003년 11월 29일 발표)는 유럽연합(10개국 포함) 227,300톤, 미국 42,200톤, 파라구아이 1,000톤, 기타(cis 국가 제외) 179,500톤, 관세는 15%, 그러나 TRQ물량은 0.25 유로/kG, 그 이상 물량에 대해서는 관세는 80%, 1.06유로/kg로 결정되었다.

다. 돼지고기 가격현황

러시아의 돼지고기 부위별 가격은 (표 3-42)에서와 같이 국내산의 경우 등심 5.7$, 후지 4.0%, 삼겹살 3.8$로서 우리 나라 부위별 가격 순과는 상당한 차이를 나타내고 있다. 특히 지역적인 영향으로 지방에 대한 선호도가 높아 지방 가격이 타 부위 가격

(표 3-42) 부위별 도매 및 소비자 가격

(단위: 원/Kg)

구 분		도매시장			소비자시장		
		국내산 (A)	수입육 (B)	차 액 (=A-B)	국내산 (A)	수입육 (B)	차 액 (=A-B)
부분육	지 육	3.2	3.10	0.10	-	-	-
	등 심	5.7	5.43	0.27	6.0	5.8	0.2
	후 지	4.0	3.54	0.46	4.5	4.2	0.3
	전 지	3.7	3.50	0.20	5.0	4.7	0.3
	삼겹살	3.8	3.55	0.25	4.2	4.0	0.2
	갈 비	2.1	1.70	0.40	2.4	2.2	0.2
	잡 육	3.4	3.28	0.12	-	-	-
부산물	지방(일반)	3.25	3.20	0.05	3.7	3.6	0.1
	지방(목)	3.25	3.20	0.05	3.7	3.6	0.1
	간	1.60	1.50	0.05	2.1	1.7	0.4
	족	1.00	0.97	0.03	1.4	1.1	0.3
	혀	2.70	2.60	0.10	3.0	2.7	0.3

※ 가격 조사시점 : 2004. 10월

과 동일한 수준을 나타냈다.

국내산과 수입육의 도매시장 가격차이는 부분육의 경우 0.3$수준, 부분물은 0.05$ 수준이며, 특히 수입육의 도매가격과 소매가격은 0.5$수준으로서 국내산 판매시보다 마진이 더 높았다.

라. 브리야티아 공화국과의 돼지고기 유통시장

브리야티아 공화국(The Republic of Buryatia)은 러시아 연방의 한 공화국으로서 몽골와 중국에 인접한 동부 시베리아에 위치하고, 수도는 울란우데(Ulan-Ude)이며, 인구는 40만명이다.

브리야티아 공화국은 바이칼호 주변지역의 양호한 기후조건 때문에 소, 돼지, 양, 염소, 닭 등의 축산업과 채소, 감자 등의 농업이 잘 발달되어 있으며, 단지 농,축산물의 가공과 저장 부문의 시설과 능력이 부족한 실정이다.

주 농업부문은 축산업으로서, 이는 기후조건이 유리하기 때문에 축산물 생산량은 총 농업 생산량의 70%를 차지하고 있으며, 주요 축산물은 축우, 가금, 우유, 양, 달걀 등이다. '95년 사육두수는 소 420천두, 돼지 164천두, 가금 2,225천수, 양 및 염소 639천두, 말 72천두이었다.

식생활은 주로 감자와 육류가 주를 이루며, 선호하는 육류는 쇠고기 > 돼지고기 > 양고기, 말고기 순으로서, 일부 구이로서 꼬치구이가 있으며, 돼지고기와 쇠고기의 가격 차이는 300원/kg이였다.

돼지고기 소비자 가격은 (표 3-43)에서와 같이 국내산은 3,300원, 수입육 삼겹살 2,100원, 목심 2,550원, 갈비 1,800원이었다.

(표 3-43) 부위별 소비자 가격

구 분	수 입 산			국내산
	삼겹살	목 심	갈 비	
루 블 (원)	70 (2,100)	85 (2,550)	60 (1,800)	110 (3,300)

※ 닭고기 : 미국, 브라질, 중국 수입(85~88루블/Kg)

※ 쇠고기 : 몽골 수입(75~85루블/Kg)

※ 계란 가격: 22(흰 계란)~23루블/30개(노란 계란)

브리야티아의 육가공업체는 대부분 러시아의 1991년 소련연방이 해체이전 국영기업이 민영기업으로 전환됨으로서 규모가 크고, 취급하는 육류도 돼지고기뿐만 아니라 쇠고기, 닭고기 등 모든 육가공품을 제조하며, 주로 일반 소비자와 군납을 병행하는 형태다.

브라야티아의 대표적인 육가공업체인 미야샤 켄빈난트의 경우 연간 필요한 돼지고기는 337천톤으로서 이중 '03년도 수입량은 360톤으로서 수입쿼터량 부족으로 높은 가격은 수입량은 타 육가공업체에 구입하였으며 월간 수입 가능한 물량은 170~340톤/월(2,040~4,080톤/년)이었다.

한편 돼지고기 수입형태는 지육(2분체 30%) 및 정육(70%)이며, 모돈 및 비육돈 관계없으나 등지방 40mm이상 (40mm이하일 경우 A지방 별도)이여야 한다는 조건이었다.

대부분의 육류 수입이 기존 쇠고기는 몽골, 돼지고기는 중국산으로서 중국과 몽골국경인 만지우리를 통해서 기차로 운송되고 있으며 수입가격은 (표 3-44)에서와 같이 지육은 1.10$(공장도착의 경우 1.20$), 정육의 경우 1.26$(공장도착 1.36$)이었다.

따라서 우리 나라에서 돼지고기를 수출할 경우 지육가격이 비 선호의 경우 1,000원 이하에서 이루어져야 하고, 더욱이 운송시 중국, 몽골을 경유해야 하기 때문에 운송비도 많이 소요되어 주로 겨울철에 이용하고 있다.

(표 3-44) 수입가격 및 수입조건

구 분		지 육		정 육	
		중국국경 (만지우리)	공장도착	중국국경 (만지우리)	공장도착
수입가격 ($/Kg)		1.10	1.20	1.26	1.36
수출 조건	포장	2분체 비닐(마대)포장		Box(개수 관계없음)	
	단위	무게(체중) 표시		25Kg	
결제조건		◦ L/C (러시아 은행중 신용있는 금융기관 활용) ◦ 수출업체 요구에 변경가능 ※ 중국 : 물건 도착시 현금지급			

(3) 몽골 돼지고기 수출시장

가. 돼지고기 수급 및 생산현황

몽골은 국토면적이 1,561.4천 ㎢(한반도의 약 7배), 인구 2,475천명이며 1인당 국민소득은 459$로서 유목생활을 주로 영위해 왔다.

지형적으로 북부에 위치하기 때문에 추위에 약한 중소가축은 사육하기 어려워 돼지 및 닭은 가축으로 대상에서 제외되었다. 다만 러시아군이 몽골에 거주하면서 러시아군인의 식량 보급을 위하여 대규모로 사육하는 것이 시발이었다.

돼지 사육두수는 (표 3-45)에서와 같이 '90년에는 134.7천두로서 러시아군의 육류 공급목적으로 대규모 사육이 이루어졌으나, '91년 소련연방이 해체되어 러시아군이 철수하면서 사육두수도 감소하여 '03년도 현재 13.7천두에 이루지고 있다.

'04년 12월 국가통계청의 발표에 의하면 몽골의 가축수가 27,966,800두로 '03년말 25,427,700두에 비해 2백 50만두가 증가했다. 이중 말 1,999,600두, 소 1,835,500두, 양 11,659,900두, 염소 12,215,400두로 증가 추세인 반면에 낙타는 4,000두가 감소하여 256,300두가 되었다. 즉 가축중에서 염소 사유두수가 가장 큰 증가세를 보였다.

돼지의 사육형태는 일부 업체를 제외하고 대부분 방목형태를 사육하며, 사육기간도 1년 이상이고, 사료도 잔반을 급여하는 수준이다. 특히 일부 돈사의 경우에도 계절적인 요인 때문에 겨울 돈사와 여름 돈사를 구분하여 사육하는 경우가 대부분이다.

(표 3-45) 연도별 돼지 사육두수 추이

(단위 : 천두)

구분	돼지	소	닭	양	염소	말
'90	134.7	2,848.7	326.2	15,083.0	5,125.7	2,262.0
'95	23.5	3,317.1	99.3	13,718.6	8,520.7	2,648.4
'00	14.7	2,097.1	89.1	13,876.4	10,269.8	2,660.7
'01	14.7	2,069.1	54.4	11,937.3	9,591.3	2,191.8
'02	13.3	1,884.3	61.6	10,636.6	9,134.8	1,988.9
'03	13.7	1,792.8	90.6	10,417.6	10,513.5	1,937.5

※ '04. 12.12일자 우드린 서닌.

몽골의 돼지고기 소비는 대부분 가공용에 이용하는 실정으로서 1인당 소비량은 (표 3-46)에서와 같이 '90년 3.8kg에서 감소하여 '03년도에는 0.8kg이었다. 반면에 쇠고기 17.4kg, 양고기는 32.3kg로서 돼지고기 소비량은 전체 육류 소비량의 1.6% 차지하고 있는 실정이다.

(표 3-46) 돼지고기 소비 추이

구분	전 체(천톤)			1인당 소비량(Kg)		
	돼지고기	쇠고기	양	돼지고기	쇠고기	양
'90	7.9	66.2	132.3	3.8	31.5	63.1
'95	0.6	69.4	111.5	2.7	30.8	49.5
'00	0.9	113.4	120.0	3.7	47.0	49.8
'01	0.5	66.9	104.6	2.0	27.4	42.8
'02	0.3	60.7	94.9	1.2	24.5	38.3
'03	0.2	43.6	80.9	0.8	17.4	32.3

나. 돼지고기 국내가격 추이

돼지고기 산지가격은 (표 3-47)에서와 같이 '04년 9월 현재 1.65$이며, 소비자 가격은 1.90$이였다. 타 육류의 산지가격은 돼지고기를 100으로 가정할 때 쇠고기는 61, 닭고기 105, 양고기 50으로서 타 육류에 비해서 비싼 실정이다.

(표 3-47) 돼지고기 가격추이

(단위 : $/Kg)

구 분	산지가격				소비자 가격			
	돼지고기	쇠고기	닭고기	양고기	돼지고기	쇠고기	닭고기	양고기
'95	-	0.60	-	0.48	-	0.80	-	0.66
'00	-	0.96	-	0.91	-	1.22	-	1.26
'01	-	0.93	-	0.84	-	1.24	-	1.21
'02	-	0.89	-	0.79	-	1.19	-	1.09
'03	-	1.00	-	0.95	-	1.30	-	1.22
'04. 9	1.65 (100)	1.00 (61)	1.74 (105)	0.82 (50)	1.90 (100)	1.20 (63)	1.90 (100)	1.03 (54)

이는 국내 생산량이 부족하여 대부분 수입에 의존해야 하기 때문에 유통가격도 높아질 수밖에 없는 실정이며, 특히 중국, 러시아 및 한국에서의 수입시 유통비용 증가가 그 요인으로 분석된다.

돼지고기 부위별 유통가격은 (표 3-48)에서와 같이 도매가격은 수입육의 경우 2.32$로서 국내산 1.65$에 대비하여 높은 편으로서, 이는 동일한 부위와 품질보다는 가격 비교상 상이한 부위와 품질 비교에 의해서 나타난 것으로 판단된다.

(표 3-48) 돼지고기 부위별 가격

(단위 : $/Kg)

구 분	도매가격			소비자가격		
	국내산 (A)	수입육 (B)	증 감 (B/A)	국내산 (A)	수입육 (B)	증 감 (B/A)
지 육	1.65	2.32	40.6	1.95	2.73	40.0
삼겹살 (중국산)	-	2.50	-	-	3.75	-

다. 돼지고기 수입현황

돼지고기 수입량은 (표 3-49)에서와 같이 정육의 경우 '03년도 95.92톤으로서 '02년도 10.57톤에 비해서 증가 추세를 나타내고 있으며, 특히 돼지지방의 경우 '03년도 868톤에서 '02년도 435.63톤으로 100% 증가 추세를 나타냄으로서 가공제품의 생산 및 소비가 증가 추세임을 알 수 있다.

수입 단가는 정육(잡육 또는 후지)은 0.83$, 돼지 지방은 0.42$로서, 정육의 대부분은 한국에서, 돼지 지방은 한국 및 중국에서 수입하는 데, 수입비율은 (표 3-50)에서와 같이 '03년 기준하여 한국 75%(650톤), 중국 25%(218톤)을 차지하고 있다. 특히 한국에서의 수출은 국내 지육가격이 하락하여 비 선호 부위의 재고량이 증가함으로서 국내 육가공업체의 경영상 압박을 해소하기 위한 방안으로서 수출한 것이며 주로 돼지지방)이 주류를 이루고 있다.

한편 몽골의 돼지고기 관세율은 (표 3-51)에서와 같이 20.75%로서 쇠고기 및 닭고기 등 기타 육류와 동일한 수준을 나타내고 있으며, 주요 수입업체는 (표 3-52)에서와 같이 무역업체인 DULGUUN TRADE, 육가공업체로서는 KHATAN SUIKH CO 등이 있다.

몽골의 돼지고기 유통은 국내산의 경우 생산농가에서 도매상, 소매상에 걸쳐서 소비자 또는 육가공업체에 전달되고, 수입산의 경우에는 수입업체가 육가공업체에 전달되거나 또는 소매상에서 소비자로 전달되는 데 일반적으로 유통경로가 단순한 형태를 나타내고 있다.

한편 중국산의 돼지고기 수입은 냉동차 또는 일반 트럭(냉동후 스치로로 포장함)으로 자민우드 세관을 통과하며, 주로 지육 및 삼겹살(1.8$/kg)이 이루어지고, 한국산의 경우 냉동컨테이너를 이용하여 울란바타르 세관에 검역 후 통관하는 데 주로 지방(0.75$), 잡육(2.01$)에 수입되고 있다.

(표 3-49) 돼지고기 수입추이

(단위 : 톤, 천$)

구 분	정 육			돈지방		
	물 량	금 액	단 가 ($/Kg)	물 량	금 액	단 가 ($/Kg)
'95	1.20	1.0	0.83	-	-	-
'00	36.42	31.0	0.85	68.00	32.4	0.48
'01	0.29	0.6	2.07	14.60	5.1	0.35
'02	10.57	5.2	0.49	435.63	171.8	0.39
'03	95.92	79.4	0.83	868.10	364.3	0.42

(표 3-50) 국가별 돼지고기 수입량('03년 기준)

(단위: 톤)

구 분	정 육	돈지방
한 국	95.92(100)	650.20(75)
중 국	-	217.90(25)
계	95.92(100)	868.10(100)

(표 3-51) 돼지고기 관세율

구 분	돼지고기	닭 고 기	쇠 고 기
관세율 (%)	20.75	20.75	20.75

(표 3-52) 주요 수입업체 현황

업 체 명	주 요 수입국가	가공처리량 (톤/월)	비고
Dulguun Trade	한 국	-	무 역 상
Khatan Suikh Co. Ltd	한 국	12~15	육가공업체
Kakh Impex Co, Ltd	한 국, 중 국	30	육가공업체
Modern Mon Co. Ltd	한 국, 중 국	-	무 역 상
Kope Almaz Co. Ltd	한 국	-	무 역 상

라. 몽골과 한국과의 돼지고기 무역관계

우리 나라와 몽골과의 돼지고기 무역은 지난 '02년 9월 몽골 수입 관계관이 한국을 방문한 후 국내 도축장 16개, 가공공장 31개소를 인증하면서 본격적으로 추진되었다. 돼지지방과 잡육이 대부분을 차지하였으며, 가격은 돼지지방의 경우 400-500원, 잡육은 1,000원 이하에서 수출되었다.

몽골의 육가공업체는 75개, 돼지고기 수입업체는 5개이며, 수입육 사용은 햄, 또는 훈제용으로 이용되며, 육가공제품의 생산량은 '02년 850.6톤, '03년 1,170.6톤으로서 생활수준이 향상되면서 육가공 소비량도 증가 추세를 나타내고 있다. 한편 몽골 육가공업체는 총 250개이며, 수도 울란밧토르에는 60개소가 있다.

돼지고기 소비자 가격은 (표 3-53)에서와 같이 3,000원/Kg으로서 닭고기 다리의 경우 2,200-2,500원, 가슴 2,750원에 대비하여 약간 높은 편이었으며, 거래는 지육 또는 정육형태로 거래되고, 몽골산 돼지고기는 일반적으로 지방이 많고 육질이 질긴 편이었다. 이는 방목형태로 사육하고 있으며, 체계적인 사료 급여가 이루어지지 않고 있기 때문에 출하일령도 우리 나라 비육돈에 비해서 길고, 생산성(산자수, 이유두수, 육성율)에 있어서도 낮은 실정이다.

(표 3-53) 돼지고기 소비자 가격

구 분	돼지고기	닭고기	
		다 리	가 슴
가 격 (원/Kg)	3,000	2,200 ~ 2,500	2,750

한국산 돼지고기의 수출은 지난 '02년 이후 이루어지기 시작하여 '03년도에 최대치를 나타냈다, 그러나 '04년도에 접어들면서 미국 광우병 발생에 따른 미국산 쇠고기 수입중단 및 조류독감 발생으로 돼지고기의 대체 수요증가와 국내 질병발생에 따른 생산성 저하로 국내 지육가격이 상승하면서 몽골 수출은 거의 중단된 상황이다.

설상가상 지난 '04. 1월 중국측은 우리 나라의 돼지 콜레라 발생과 관련하여 우리 나라산 야생돼지를 포함한 돼지 및 그 관련 상품의 수입과 자국내 경유를 금지하였다. 그러나 5월 13일 중국 국가질량감독검험검역총국(AQSIQ)에서는 자국내 경유와 관련된 중국 CIQ에 사전 허가를 받고 관련 승인자료를 중국 검역기관에 신청하여 비준 수속을 받을 것 등을 조건으로 경우는 허용하였다(정부 통산협력과-417('04. 1.27)호와 가축방역과('04. 1.10)호)

즉 중국 정부는 중국 전문가는 위험분석 및 평가를 실시한 이후 도착지 국가로부터 허가전제 조건 하에 한국산 돼지고기가 중국을 경유하여 조건적으로 통과하도록 허가할 수 있다. 그러나 수송은 밀폐된 냉동 컨테이너를 사용하여 이루어져야 하고, 수송기구를 벗어나지는 안되며, 냉동컨테이너의 온도는 수송시 -18℃를 유지하여야 한다. 관련 수송업체 또는 수출업자(에이전트)는 중국을 경유하여 수송하기 위해서는 검사허가를 AQSIQ에 신청하여야 한다. 이러한 회사들은 도착지 국가의 수입허가시의 수송조건 보증서 및 기타 관련서류를 제공하여야 한다는 사유로 인해서 몽골 수출은 제한되고 있다.

몽골은 육류 소비는 쇠고기, 염소고기 및 양고기 위주로서 더욱이 육가공품이 주를 이루어지고 있으며, 국내 돼지고기 수출부위는 A 지방(육가공용)과 후지이며, 현재 상황으로 볼 때 수출물량도 많지 않으나 국내 돈육 여건이 악화될 경우에 수출할 수 있는 여지는 마련해야 한다는 측면에서 한국산 돼지고기 수출시장으로 역할이 지속되어야 할 것으로 판단된다.

3. 주요 돼지고기 수출국가와의 시장개척 비교

1) 수출 가능국가에서의 수출경쟁국의 시장개척 현황

우리 나라의 돈육을 수출하고 있는 국가인 일본, 필리핀, 러시아, 몽골에서의 수출경쟁국가로서는 (표 3-54)에서와 같이 일본과 필리핀의 경우 북남미, 유럽인 반면에 러시아 및 몽골은 중국산이다.

특히 일본의 돈육시장은 세계에서 가장 큰 수출시장이기 때문에 각 국간의 치열한 경쟁이 있기 마련이며, (표 3-55)에서와 같이 각 국별 홍보전략을 수립하여 추진하고 있다. 즉 각 수출국의 자국의 돈육에 대한 인지도를 높이기 위해서 자국 돈육에 대한 특징과 이미지를 수출국의 소비자에게 제공하는 방법으로서 제품의 차별화와 다양성을 부각시키고 있으며 개별요구와 시장확대를 동시에 최대화시키는 이른 바 효과형 효율전략을 전개하고 있다.

이중 주요 수출국의 일본 시장잠식을 위한 홍보예산('01년 기준)으로서 미국의 경우 156억원, 호주 100억원인 반면에 한국은 2억원에 불과하였으며. 또한 미국의 경우 전문지뿐만 아니라 일반 신문 메디아와 심지어 TV방송 광고를 활용하여 자국 돈육에 대한 홍보사업을 추진하고 있다.

우리 나라의 대일 돈육 수출이전까지 대일 돈육 수출시장을 확대하기 위해 추진했던 주요 홍보사업으로서 첫째로, 일본 바이어 초청, 세미나 및 간담회를 통한 시장정보 및 기술교류 사업. 즉 일본의 수입 및 유통업자들을 초청하여 바이어의 불만요인(PSE육 및 안정성 등)을 해소시켰다.

(표 3-54) 한국산 돈육 수입국에서의 경쟁 국가

구 분	주 요 수출국가수	수 출 국 가
일 본	10	미국, 덴마크, 캐나다, 멕시코, 칠레, 브라질 독일, 호주, 스페인, 등
필리핀	12	호주, 벨기에, 캐나다, 중국, 덴마크, 프랑스, 독일 네덜란드, 스페인, 영국, 미국 등
러시아	5	미국, 브라질, 중국, 유럽연합, 우크라이나 등
몽 골	2	중국

(표 3-55) 일본 돈육시장에서의 수출물량 확대를 위한 주요 경쟁국의 홍보 사례

국 별	홍보매체	홍 보 내 용
미 국	식육신문	◦ 21C 미국식육 요리메뉴 소개
	TV방송	◦ 미국의 돈육 요리 소개(30분 생방송) ◦ 미국 미트뉴스전망 봄철 요리 세미나 ◦ 미국 미트경향 자유화 10년 기념 세미나 ◦ 미국 돈육 홍보(정부, 농가 및 가공업체 역할 소개)
캐나다	식육신문	◦ 캐나다 식육수출연합회 역할(5단 기사)
호 주	식육신문	◦ 호주산 건강 및 안정성 홍보
덴마크	동경호텔	◦ 식육유통가공업체 초청세미나
한 국	식육신문	◦ 구제역 발생대책과 수출계획을 중심으로 기사

둘째로, 돼지고기 수출시장 개척을 위한 판촉활동으로서

◦ FOODEX JAPAN 및 식육전시회 참석을 통한 국내산 돈육의 우수성 및 품질안전성을 홍보하였으며,

◦ 국내산 돈육의 우수성을 홍보하기 위해 일본 식육 전문지 광고 및 카다로그 제작하여 배부하였고,

◦ 일본 현지 유통업체에 국내산 돈육의 홍보를 위한 할인판매행사 실시하였다.

◦ 또한 일본 소비자의 국내산 돈육에 대한 이미지 제고 및 기존 수출국의 시장탈환을 위한 일본 현지 대형 유통업체에 할인판매 행사를 추진하였고.

◦ 일본 현지 검색사이트(야후, 라이코스 등)에 한국 돈육관련 사이트 링크를 통한 국내산 돈육의 홍보 및 수출상담을 실시하였으며.

◦ 국내 국제행사시 외국인을 대상으로 국내산 돼지고기 시식회 개최 등의 홍보사업을 실시해 왔다.

한편 '00년 대일 수출중단이후 일본에 대한 수출홍보는 전시회 참석과 일본의 수입업체 및 유통업체 바이어 초청사업을 실시함으로서 한국산 이미지를 수출이 다시 재개 및 확대되기 전까지 한국산 이미지를 지속되도록 노력하고 있다. 그러나 국내 돈육 수출이 가능한 필리핀, 몽골, 러시아에 대한 수출홍보사업은 전무한 상황이다.

2) 주요 수출국가의 우리 나라 돈육시장 개척 및 홍보현황

우리 나라에 돈육을 수출하는 국가에서는 자국의 돈육의 우수성을 홍보하기 위하여 주요 수입국에 자국의 기관을 파견하거나, 또는 자사 및 대사관을 통해서 수출전략을 추진하고 있다.

(표 3-56)에서와 같이 국내에는 돼지고기 수입량보다 쇠고기 수입량이 더 많기 때문에 국내에 진출한 미국, 호주, 뉴질랜드, 캐나다는 쇠고기 수출홍보에 중점을 두고 있으나, 돼지고기도 중심에 홍보활동을 실시하고 있으며, 특히 미국과 캐나다의 경우 쇠고기 수출이 중단이후 돼지고기 홍보에도 활동을 강화하고 있다.

(표 3-56) 국내 진출한 해외 육류관련 단체 및 주요 활동

구 분		설립연도	주 요 사 업
미 국	미국육류수출협회 (USMEF)	'91. 2	◦ 미국산 육류홍보 및 정보제공 ◦ 각종 세미나 개최 ◦ 쇠고기 소비자 기호조사 및 분석 ◦ 수출입업무안내
호 주	호주식육공사 (MLC)	'91. 8	◦ 호주산 식육 및 축산물의 마케팅 ◦ 호주산 식육 및 축산물의 수출관광 ◦ 광고를 통한 홍보활동 ◦ 산업시찰 파견
뉴 질 랜 드	뉴질랜드축산공사 (NEWMPB)	'94. 8	◦ 뉴질랜드업계 소식 및 정보전달 ◦ 국내 생산, 소비 및 유통정보 전달 ◦ 뉴질랜드 식육제품 홍보
캐나다	캐나다우육수출협회 (CSEB)	'95.11	◦ 캐나다산 육류 제품 홍보 ◦ 시장조사 및 무역상담 ◦ 캐나다산 쇠고기 해외시장개척
기 타	국내 수출국가 (프랑스, 덴마크 등)	-	◦ 국내 식품전 참가 ◦ 국내 자국 돈육관련 세미나개최 ◦ 국내 관련업체 초청

이중 미국육류수출협회(U.S. Meat Export Federation)는 미국 내 쇠고기와 돼지고기 생산자, 비육업자, 곡물 생산자, 정육 가공업자, 수출업자 및 농축산물 관련 업체들이 설립한 비영리 기구로서. 미국 덴버(Denver)에 본사가 있으며, 서울, 도쿄, 오사카,홍콩, 싱가폴, 타이완, 베이징, 멕시코시티, 런던, 모스크바 등지에 지사를 두고 활동하고 있다.

한국 사무소는 1991년 12월부터 서울에서 업무를 시작하여 각종 정보 제공, 소비자 기호 조사, 수입업무 안내와 함께, 세미나, 매장 프로모션, 셰프 컨설팅 프로그램, 육류관련 책자 발간, 뉴스레터 발간, 매장용 POP 개발 등 다양한 마케팅 활동을 통하여 세계 최고의 품질을 자랑하는 미국산 육류의 홍보 활동하고 있다.

한국내 수출확대를 주요 홍보사업으로서는

◦ 자국산 돼지고기 생산 및 수출현황 등 자료 배포

◦ 돼지고기 관련 각종 정보제공

◦ 돼지고기 시식 및 매장행상

◦ 수입관련 가이드 책자 발간 보급.

◦ 자국 수입육 이용한 요리 및 취급방법에 대한 교육(머크 연구소 설립운영)을 실시하고 있다.

또한 미국의 돈육협회는 ‘05년도 자국산 돈육 홍보비를 크게 늘려 지난 ‘86년부터 시작된 “돼지고기, 또 다른 흰살코기”라는 데마의 미국산 돈육 홍보프로그램에 예산 5천 370만달러를 책정했고 돼지 유전자 지도작성사업과 양돈업 이미지 강화 프로그램에 대한 지원금도 포함돼 있으며 지역양돈 자조금 프로그램 실시를 위해 1천200만 달러의 예상이 주(州)단위 양돈기관에게 지원될 예정이다.

한편 호주축산공사(MEAT&LIVESTOCK AUSTRALIA)는 호주산 육류 및 축산물의 대내외적인 마케팅과 판매활동을 촉진하고, 고객만족을 위한 서비스 증대를 목적으로 설립된 비영리 산업기관으로서 100% 호주 축산업계에서 낸 부담금으로 운영되고 있는 생산자 단체다.

현재 한국, 미국, 일본, 독일, 바레인 등 51개국에 현지 대표부를 운영 중에 있으며, 호주의 축산산업과 상품을 전 세계에 알리고, 앞선 호주축산기술을 바탕으로 각국 축산업의 발전을 도모하는 데 최선을 다하고 있다. 또한 마케팅, 홍보 및 판촉활동을 통해 호주의 육류제품 수출을 촉진하고, 시장접근을 위한 대외 협상에 참여하여 품질관

리 및 관련정보를 제공하고 있다.

호주축산공사 한국대표부(MEAT&LIVESTOCK AUSTRALIA, KOREA REGIONAL OFFICE)는 1998년 7월 1일부터 업무를 개시하여 활동하고 있으며,

한국 내 수출확대를 주요 홍보사업으로서는

◦ 육류관련 교육프로그램 및 세미나 개최

◦ 호주 육류 제품 품질관리 및 관련정보 제공

◦ 무역 전시회 참가

◦ 산업시찰단 파견

◦ 관련 업계 및 소비자 대상 프로모션

◦ 각종 광고 및 홍보

◦ 호주 청정우 홈페이지 운영

◦ 호주 청정우 블랙박스 요리 경영대회(MLA Black Box Competiton) 개최 등을 실시하고 있다.

'05년 2월에도 호주축산공사(MLA) 한국대표부는 수입업체를 대상으로 호주축산업 기본 교육을 실시하여 미국산 등급체계에 익숙한 수입 실무자들이 자칫 혼동하기 쉬운 호주산 등급체계에 대한 설명을 비롯하여 라벨표시 설명, 품질 보증 등 홍보와 교육을 실시함으로서 자국산과의 차별화를 홍보하였으며, 또한 지역행정기관 및 도매시장과의 협찬으로 축산물 시장 거리에서 대대적인 청소 작업을 실시하는 등 적극적인 시장공략을 실시하고 있다.

캐나다우육수출협회(Canada Beef Export Federation, 약칭으로 CBEF 또는CANADA BEEF)는 1989년에 창설되어 캐나다 소, 쇠고기, 송아지 고기의 수출실적을 향상시키는데 전념하는 독립 비영리 조직 (independent non-profit organization)으로서 우선적인 중요성을 갖는 각 수출 시장에서 일반적인 그리고 전 업계 차원의 일련의 캐나다 쇠고기 프로모션을 실시한다.

캐나다 수출자들이 판매활동을 수행하는 기업환경의 개선을 지향하고 회원사들이 각 회원사의 특정 시장 개발 및 고객 교육 활동을 할 수 있도록 지원을 행하며, 회원사들이 해외 시장을 체험하는 기회를 일을 활성화하기 위하여 파트너 프로그램 (Partner's Program)이라는 제도를 통하여 재정지원을 행한다.

한국내 수출확대를 주요 홍보사업으로서는

◦ 캐나다 쇠고기의 우수성 홍보.

◦ 시장개척과 교육활동을 할 수 있도록 Partner’s Program을 개발, 재정적 지원
◦ 해외시장 점유율을 높일 수 있도록 무역상담, 시장조사, 종합적 시장연구 활동, 해외시장에서의 제품 문의와 관련된 정보제공 등의 활동 수행.
◦ 프로모션, 세미나, 산업 시찰단 파견, 전시회 등의 프로그램을 활용, 캐나다 쇠고기에 대한 인지도를 높이고, 새로운 수요를 창출 및 판매활동 지원.

뉴질랜드식육공사는 수도 웰링톤에 본부를 두고 있으며 뉴질랜드의 36,100명에 이르는 축산농가들의 권익을 보호하고 이익을 대변하기 위해 1922년에 설립된 비영리 단체다.

축산농가로부터 갹출한 도축세를 운영 재원으로 하여 뉴질랜드 식육산업의 활성화를 위해 활동하며 궁극적인 목표는 식육 생산 농가를 위한 장기적인 수익을 극대화하는 것이다. 즉, 소비자에게 최상의 식육제품을 제공함으로써 최고의 수익을 거두기 위해 축산농가, 가공업자, 수출업자, 유통업자, 연구소 및 관련 정부 부처와 긴밀하게 협조하고 있다. 현재 아시아(한국, 일본), 유럽(벨기에, 영국), 북미(미국)지역 등지에 지사를 개설, 운영하고 있으며 한국에는 1994년 9월에 지사를 설립했다.

한편, 뉴질랜드 식육산업 및 목축업자들의 이익 증대를 위해 활동해 온 뉴질랜드 식육공사(Meat New Zealand)가 지난 2004년 7월 1일부터 뉴질랜드 양모위원회(New Zealand Wool Board)와 합병이 되면서 회사의 이름과 로고 및 역할 등에 있어서 변화가 생기게 되었다. 식육양모위원회 (Meat and Wool New Zealand Ltd.)는 기존의 식육부분 활동영역에 양모분야가 더해짐으로써 조직이 더욱 거대해지면서 다양화되었다.

뉴질랜드 식육공사 한국지부는 1994년 9월에 설립되어 한국시장에서의 뉴질랜드 식육제품에 대한 인지도를 강화하기 위한 제반 활동을 진행하며 뉴질랜드와 한국간의 식육시장 및 산업에 대한 정보 전달의 가교 역할을 한다. 즉, 뉴질랜드 식육제품에 대한 제반 홍보활동을 펼치고 자료를 배포함으로써 뉴질랜드 식육업계가 한국 식육업자 및 소비자에 더 가깝게 접근할 수 있도록 하여 뉴질랜드 식육산업의 발전을 도모 긴박하게 변화해 가는 한국 시장의 움직임을 본사에 정확하고 신속하게 알림으로써 한국 시장에 대한 이해를 돕는다.

한국내 홍보활동으로서는

◦ 뉴질랜드 식육소식지 계간 발행
◦ 각종 식품전시회 참가

◦ 식육 교육 세미나 개최
◦ 업계광고를 통한 홍보활동
◦ 산업시찰단 파견
◦ 호텔 및 소매점 대상 프로모션
◦ 뉴질랜드 식육산업에 관한 각종 자료 및 홍보물 배포 등을 실시하고 있다.

프랑스의 한국내에서의 돈육 홍보 마케팅는 프랑스 농식품진흥공사(SOPEXA) 한국사무소, 프랑스 돈육협회(INAPORC), 프랑스 국립 축산사무국(OFFIVAL)를 주체가 되어 추진되고 있는 데, 1998년 프랑스산 돈육수입이 자유화됨과 더불어 시작되었다.

홍보의 목표는 프랑스 돈육 이미지 정착과 이를 통한 소비자 인식 재고 및 판매촉진에 있으며, 업계(수입사, 유통업체)의 판매지원 및 최신정보 제고, 소비자의 프랑스 돈육 직접 체험 기회 확대를 추진하는 데 홍보 전략을 두고 있다.

그 동안 활동사항으로서는 (표 3-57)에서와 같이 광고 및 미디어 홍보, 식품전시회 개최, 소비자 시식회 등을 실시했다. 특히 2005년도에는 프렌치 아뻬리띠프 행사참가(매년 6월 첫째주 목요일, 프랑스 돈육을 재료로 한 음식을 참가 레스토랑에서 시식회를 개최), 할인매장 시식회 확대, 전문인 세미나 개최, 식품전시회 참가 등을 실시할 계획이다.

(표 3-57) 프랑스산 돈육 소비홍보 추진실적

구 분		추진실적	비 고
광고 및 미디어 홍 보	광 고	전문지(1998년-현재) 여성지(2004년-현재)	
	미디어	홍보책자 발간	
식품 전시회		서울국제식품전시회 푸드앤 호텔 코리아	(2000년-현재) (2003년)
할인매장 시식회		8개 매장 32회 시식회	‘04.10.28-11. 7 평균 3배 판매신장

4. 국내산 돼지고기 수출 전략

1) 돈육 및 부산물 수출전략

우리 나라의 돈육 수출은 국내 비 선호 부위인 등심, 안심 및 후지가 대부분이었으며, ‘00년 이전까지만 해도 일본이 주 수출 대상국이였다. 그러나 대일 수출이 중단이후 수출 다변화의 일환으로 필리핀, 러시아 및 몽골 수출시장으로 확대하여 추진하고 있으며, 수출부위도 기존 등심 및 후지 뿐만 아니라 부산물에까지 확대되고 있다.

‘04년말 현재 국내 돼지고기의 국별 수출가능 품목은 일본은 제주도산 안심, 등심 및 후지(’11월말 중지상태)와 대륙지역의 가열처리 부산물(대장, 소장), 필리핀 수출은 후지, 부산물(지방, 간, 스킨), 러시아와 몽골 수출품목은 지방과 후지다.

‘04년 11월 기준 국내산과 수출국가의 부위별 유통가격은 (표 3-58)에서와 같이 주 수출부위인 후지의 경우 한국산은 3,700원, 일본 3,810원, 필리핀 3,160원, 러시아 3,540원, 몽골 1,700원으로서 현 국내 가격수준에서는 수출이 사실상 어려운 실정이다.

(표 3-58) 주요 수출국의 돼지고기 유통가격

(단위 : 원/kg)

구 분		한 국 (11/26)	일 본 (11/28)	필리핀 (11/17)	러시아 (10월)	몽 골 (10월)
지 육 가 격		4,026	3,460	-	3,100	2,000
부분육	안 심	4,600	6,720	3,900	-	-
	등 심	3,800	6,280	3,400	5,430	-
	후 지	3,700	3,810	3,160	3,540	1,700
	삼겹살	8,800	5,410	3,260	3,550	2,500
	목 심	7,700	-	3,160	-	-
	갈 비	6,200	-	-	1,700	-
	전 지	4,300	3,260	-	3,500	-

※ 냉동육 기준.

※ 환율 = 1,100원/1$, 1,000원/100엔.

한편 국내 부산물 유통가격은 (표 3-59)에서와 같이 지방의 경우 650~700원, 내장의 경우 6,000~7,000원/Kg으로서 국내 돼지 출하두수 감소와 미국산 광우병 발생이후 소 부산물 수입중단에 따라 부산물 공급량 부족으로 가격도 상승 추세에 있어 일부 부산물을 제외하고 수출량이 감소할 것으로 전망된다.

그러나 일본 수출을 대상 대장(大腸) 수출은 작업 인건비용이 많이 소요되는 단점은 있으나, 국내에서는 대부분 사용되지 않는 경우가 많기 때문에 위생적으로 관리하여 수출용으로 활용할 경우 많은 부가가치가 있을 것으로 사료된다. 반면에 소장(小腸)의 경우 국내 순대용으로 많이 사용하기 때문에 오히려 부족하여 수출물량 확보에는 문제가 있는 실정이다. 또한 대일 대장 및 소장 수출 작업시 수율 감소가 40%정도 되고 인건비 절감과 위생적인 처리를 위하여 기계 설비가 요구되며, 대일 수출을 위한 일정 물량확보가 필요하여 대략 1일 600-800두 이상 작업장에서 이루어져야 할 것이다.

한편 국내 정육 및 부산물 수출단가는 (표 3-60)에서와 같이 대일 수출의 경우 등심은 6,000원, 후지는 4,400원으로서 현재 국내 부분육 유통가격 하에서도 단가측면에서

(표 3-59) 국내 부산물 판매가격 현황

(단위 :원)

분			(원)					수출국가
			'04. 10	'04.12				
				A	B	C	평균	
지 육 부산물 (1차)	머 리		3,050	6,500	7,500	6,500	6,800	필리핀
	내장	백내장	3,575					일 본
		적내장						
정 육 부산물 (2차)	뼈	등 뼈	1,367	1,500	1,600	1,700	1,600	-
		잡 뼈	50					
	돈 피(탕박)		600	600	700	500	600	-
	지방 A		683	650	600	700	650	필리핀, 몽골
	지방 B		197	160	140	130	140	필리핀, 몽골
	장 족		2,133	2,200	2,200	2,100	2,200	-

※ 국내산 내장(소장 및 대상) 가열처리시 대일 수출가능.

도 수출이 가능하나, ‘05년 2월 현재 ’04년도에 일본 수출이 허용된 제주도산의 경우에도 ‘04년 11월 돼지콜레라 항체발견으로 수출이 중단된 상황이기 때문에 일본의 수출단가가 높다고 할지라도 실제적인 수출은 불가능하다. 반면에 가열처리된(삶은) 대장과 소장은 수출단가가 각각 3,300원, 3,100원으로서 국내 가격에 비해서 50%이상 부가가치가 높은 것으로 판단된다.

필리핀 수출은 후지와 지방의 경우 국내 가격상승으로 불가능한 실정이다. 그러나 간, 스킨의 경우 업체에 따라서 약간의 차이가 있으나 수출에 소요된 75원을 제외하고 약간의 수익성이 있는 것으로 분석된다.

(표 3-60) 정육 및 부산물 수출단가(‘05. 2월초 기준)

(단위: 원/Kg)

구 분		국 내 유통가격	수출가능국의 수입 희망가격			
			일 본	필리핀	러시아	몽 골
정 육	등 심	3,700	6,000	-	-	-
	후 지	3,700	4,400	2,800	1,500	1,500
부산물	지방(A)	900-1,000	1,600	920	700	900
	대 장	700	3,300	-	-	-
	소 장	2,000	3,100	-	-	-
	간	500	-	700	-	-
	스 킨	600	-	700	-	-

※ 소장 및 대장은 가열처리한 부산물임.

※ 환율 : 100엔 =1,000원. 1$=1,000원

※ 참조: 2003년 말 기준 필리핀 국내가격과의 비교(US$/kg)

구 분	후 지	등 심	돈 피	지 방	머 리
한국산 수입가격	1.28	1.33	0.60	0.52	0.82
필리핀산 소매가격	1.92	2.69	0.77	0.96	1.44

※ 지육가격 : 1.53$/kg(1,836원)→한국 2,600원/kg

한편 '03년도 필리핀 후지 및 등심의 수출은 15,000~18,000톤이 가능하였고 수입가격은 후지 1.28~1.30$, 등심 1.33$/kg이 가능하였고, 부산물은 연간 19,000~22,000톤으로서 수출가능은 돈피 0.60$/kg, 지방 0.52$/kg, 머리고기 0.82$/kg, 냉동간 0.52$/kg으로 이루어졌다. 러시아 돈육 수출의 경우 (표 3-60)에서와 같이 모스코바 또는 샹태부루크와 같이 유럽지역에 접하는 지역의 경우 수출가격도 높으나 반면에 운송비 등이 많이 소요되기 때문에 어려움이 많다. 대부분 국내에서 수출하는 지역은 극동지역인 블라디보스톡이며, '04년도에는 수출이 거의 이루어지고 않았다.

한편 러시아의 수출가능지역으로 수출 시장을 조사했던 브리야티아 공화국은 수출가격이 운송비를 제외하고 1.5$/Kg 수준이기 때문에 국내 가격과 비교할 때 '04년 현재로서는 당분간 수출이 불가능할 것으로 판단된다.

몽골이 경우에도 정육의 수출은 러시아 수출과 마찬가지로 당분간 수출이 어려운 반면에 지방 수출은 가능할 것으로 판단되나, 국내 공급 부족과 가격상승으로 지난 '04년도 대비하여 감소하고, 더욱이 국내 돼지콜레라 발생이후 중국의 국경통과 문제가 완전히 해결되지 않아 수출상 많은 어려움이 있으나, 곧 해결될 것으로 예상된다. 특히 올해부터는 몽골로의 운송방법이 기존 일반 컨테이너에서 냉동 컨테이너를 이용할 경우에 기존 10-익년 3월에서만 수출했던 것이 올해부터는 연중 수출이 가능할 것으로 전망된다.

(표 3-61) 수출시 제반 소요비용

(단위 : 원 /kg)

구 분			일 본 (동 경)	필리핀 (마닐라)	러시아 (블라드보스톡)	몽 골 (울란바토루)
비용	운송비	국 내 (공장-부산)	15	15	15	15
		수 출	135	100	350	350
		소 계	150	115	365	365
	제반 소요비용		16	16	16	16
	계(A)		166	131	381	381
정부 물류지원금(B)			75	56	71	52
합 계(=A-B)			91	75	310	329

※ 돈육 운송은 냉동 컨데이너.
※ 제반 소요비용 (16원/kg): 상차비(11원), 통관제비용(1원)

따라서 국내 수급 및 가격안정을 위해서 수출이 추진될 경우를 대비하여 국내 가격 대비 수출이 높은 부산물이라도 수출이 지속될 수 있도록 한국육류유통수출입협회를 중심으로 정확한 정보와 수출 체계가 이루어져야 할 것이며, 특히 일본의 가열 부산물 수출을 위해서는 정부의 시설지원과 수출가능 도축장 및 유통가공장의 확대가 필요할 것이다.

2) 가열처리 돈육 제품 수출 전략

(1) 가열처리 가공품 시설조건

'00년 3월이후 대일 수출이 중단된 이후 국내 돼지가격 하락과 양돈농가의 소득 감소 및 육가공업체의 비 선호 부위의 재고량 증가에 따른 경영수지 악화 등의 문제를 해결하기 위한 하나의 방안으로서 대일 가열처리 돈육 수출 가능성 검토의 필요성이 대두되었다. 가열처리 돈육이란 일본의 구제역 및 돼지콜레라 발생국에서의 가열처리 가공품의 위생조건은 섭씨 100℃이상의 물 또는 증기로 가열하여 고기의 중심온도가 70℃에서 1분이상 처리되고 열풍 건조처리 시에는 가공육의 중심온도가 70℃이상에서 30분이상 처리된 가공품을 의미한다.

일본에서 요구하는 가열처리 가공품을 수출하기 위한 시설조건은 오염구와 청정구의 완전한 구분을 기존전제로 하여

- 양구간에 이동 차단벽이 있어야 하며
- 양구간의 작업관리 작업인원의 왕래 절대금지(출입문, 식당, 화장실, 별도설치)
- 원료창고와 제품창고의 완전한 분리
- 제품창고 중 내수용과 수출용 냉동창고 완전 격리설치
- 창고 내 운반기구 내수용과 수출용 완전 분리사용 등을 충족시켜야 한다.

(2) 일본의 가열처리 돈육가공 수출시장 규모

일본의 연간 돈육 가공품 생산량은 (표 3-62)에서와 같이 연간 500천여톤이며, 이중 돼지고기의 제품별 생산비율은 소세지 55%, 햄 28%, 베이컨 14% 순으로서 소세지 생산량이 가장 크다. 또한 가공품 생산을 위해서 사용되는 원료육으로서 돼지고기는 400천여톤, 계육 50천톤이 소요되고 있다.

한편 일본의 가열처리 돼지고기 가공품 및 조제품류의 수입은 (표 3-63)에서와 같이 '03년도 기준 돼지고기 가공품은 100,700톤이며, 이중 중국산 안·등심, 후지육 가공품

35,757톤으로서 35.5%, 미국 51.2%, 캐나다 9.3%, 덴마크 8.8%, 기타 1.5% 각각 차지했고, 가공품으로서는 후지육 2.4%, 목등심육 31.7%, 소세지 20.6%, 야끼부다 3.9%, 기타(꼬치 등) 47.7%을 각각 차지했다.

(표 3-62) 일본의 가공품 생산현황

(단위 : 천톤)

구분	돈육제품 생산량				가공품생산용 수요량					
	햄	베이컨	소세지	계	돼지고기			닭고기		
					국내산	수입	계	국내산	수입	계
‘00	150.0	77.7	292.6	520.4	103.1	305.5	408.7	28.5	23.1	51.6
‘01	146.3	75.8	296.9	519.0	99.1	311.2	410.3	28.7	22.1	50.8
‘02	139.1	74.7	289.1	503.0	85.3	320.7	406.0	31.1	17.7	48.3
‘03	137.6	70.4	282.3	490.4	-	-	-	-	-	-

※ 자료 : 식육관계자료(‘03.10 식육협의회)

(표 3-63) 가열처리 돈육 가공품 수입실적(‘03년 기준)

(단위 : 톤)

구 분	미 국	캐나다	덴마크	중 국	기 타	계
후 지 육	-	1,174	-	740	473	2,387 (2.4)
목등심육	22,920	7,108	1,881	-	-	31,909 (31.7)
소 세 지	10,615	1,059	2,975	5,080	992	20,721 (20.6)
야끼부다	-	-	-	3,962	-	3,962 (3.9)
기 타	18,004	-	4,042	25,975	-	48,021 (47.7)
계	51,539 (51.2)	9,341 (9.3)	8,898 (8.8)	35,757 (35.5)	1,465 (1.5)	100,700 (100)

※ 자료 : ‘03 일본 무역통계.

(3) 주요 수출국(중국, 미국)의 가열제품 대일 수출현황

일본 정부로부터 가열처리 위생조건을 승인을 받은 국가는 아르헨티나(8개소), 브라질(6개소), 태국(14개소), 홍콩(1개소), 말레이시아(1개소), 대만(4개소), 중국(90개소)다.

중국산 가열 육가공품 수입량은 '03년 기준 35,757톤으로서, 이중 등심야끼부다 3,962톤, 후지야끼부다 740톤, 소세지 5,080톤, 등심돈까스 5,975톤, 등심꼬치 20,000톤을 차지하고, kg당 수입가격은 등심야끼부다 750엔, 후지야끼부다 600엔, 소세지 370엔, 등심돈까스 330엔, 등심꼬치 300엔이었다.

주요 가열제품별 국가별 가격은 (표 3-65)에서와 같이 소세지류는 미국산 467엔, 중국산 436엔으로서 평균 440엔이었고, 햄, 아끼부다는 미국산 554엔, 중국산 600엔으로서 평균 557엔이었으며, 식물성 첨가 가공품(돈가스)는 미국산 355엔, 중국산 330엔으로서 평균 345엔이었다. 이처럼 가열제품의 수입단가는 제품별로는 차이가 발생할지라도 국가별로 큰 차이가 없는 실정이다.

(표 3-64) 중국산 가열 육가공품 수입현황.

구 분	중 국 수입량 (톤)	수입량 및 가격			
		수입량 (톤)	C&F가격 (엔/kg)	수입육 국내가격(엔/kg)	
				도매(일본산)	소 매
등심야끼부다	3,962	300	750	1,250(3,000)	1,350
후지야끼부다	740	50	600	1,250(2,400)	1,350
소 세 지	5,080	1,000	370	620(680)	720
소 계	9,782	1,850	-	-	-
등심돈까스	5,975	300	330	650(960)	750
등심 꼬치	20,000	150	300	550(800)	650
소 계	25,975	450	-	-	-
계	35,757	2,300	-	-	-

※ 자료 : 일본, (주)산수물산(山水物産). '03.

(표 3-65) 제품별, 국가별 수입물량과 단가

구 분	관 세	국별 수입물량과 단가			
		국 별	수입량 (톤)	수입단가 (엔/kg)	도매단가 (엔/kg)
소세지류 (후지사용) 1601-00-000	8.5%	중 국	5,080	436	524
		미 국	10,615	467	561
		기타국	2,975	416	500
		소 계	20,721	440	544
햄, 야끼부다 (등심사용) 1602-41-011	차액관세 (897엔)	중 국	3,962	600	1,043
		미 국	22,920	554	1,038
		기타국	8,989	-	-
		소 계	35,871	577	1,043
식물성 첨가 가공품(돈까스) 1062-49-200	20%	중 국	25,975	330	650
		미 국	18,004	355	670
		기타국	4,042	351	670
		소 계	48,021	345	650

※ '03년 기준 자료

(4) 한국산 가열처리 돈육 수출가능성과 경쟁력

일본의 가열제품의 수입단가가 소세지류(후지 사용, 1601-00-000) 440엔, 햄과 야끼부다(등심사용, 1602-41-011) 577엔, 식물성 첨가가공품(돈까스, 1062-49-200) 345엔인 가운데, 일본의 수입업체가 제시한 한국산 가열가공품 수입제시 가격은 (표 3-65)에서와 같이 등심을 이용한 제품인 돈까스(자불육+ 빵가루냉동) 450엔, 야끼부다(자불육+일본식 양념) 950엔, 일반 야끼부다 550엔이며, 후지를 이용한 돈까스(자불육+빵가루냉동)는 400엔, 꼬치(후지+야채)는 350엔을 제시했다.

각 제품별 국내산 수출가능성을 살펴보면

첫째로, 소세지류(후지 이용)의 경우 (표 3-65)에서와 같이 원료육 가격은 지육가격의 90%로 하고, 가공비에는 수출비용 포함하여 산출할 경우 수출이 가능한 가격 440엔에 비해서 국내 지육가격이 2,800원이하가 되지 않을 경우 타 수출국가의 경쟁력을 없는 것으로 분석된다.

(표 3-65) 한국산 가열처리 제품에 대한 제시 수입가격

부 위	구 분	규 격 (g)	C&F (엔/kg)	관세율 (%)	비 고
등 심	돈 까 스	130~140	450	20	자불육+빵가루냉동
	야끼부다	200~300	950	차액관세	자불육+일본식양념
	야끼부다	10	550	20	
후 지	돈 까 스	70~120	400	20	자불육+빵가루냉동
	꼬 치	20	350	20	후지+야채

※ 제시한 수입업체는 일본 산수물산(山水物産).

(표 3-66) 소세지류(후지 이용) 수출가능가격

지 육 가 격 (원/kg)	가공제품가격(원/kg)			일본출고가격(엔/kg)			일본국내가격(엔/kg)	
	원료육	가공비	계	관세	경비	계	중국산	일본산
2,800	2,520		4,520	38	47	537		
3,000	2,700		4,700	40	49	559		
3,200	2,880		4,880	42	51	581		
3,400	3,060	2,000	5,060	43	53	603	1,000	1,500
3,600	3,240		5,240	45	55	625		
3,800	3,420		5,420	46	56	644		
4,000	3,600		5,800	49	60	689		

둘째로, 야끼부다 및 햄(등심 이용)의 경우 (표 3-67)에서와 같이 원료육 가격은 지육가격 100%, 가공비에는 수출 비용을 포함시할 경우에 C/L에는 897엔/kg으로 하고 차액별도 청산 시에는 수출이 가능하다. 즉 수입단가가 557엔(중국 600엔, 미국 554엔)이기 때문에 국내 지육가격이 최대로 3,400원 이하가 될 경우 수출이 가능하다.

(표 3-67) 야끼부다 및 햄(등심 이용)의 수출가능가격

지 육 가 격 (엔/kg)	가공제품가격(원/kg)			일본출고가격(엔/kg)			일본국내가격(엔/kg)	
	원료육	가공비	계	차액관세	경비	계	중국산	일본산
2,800	2,800		4,800	417	50	947		
3,000	3,000		5,000	397	52	949		
3,200	3,200		5,200	377	54	951		
3,400	3,400	2,000	5,400	357	56	953	1,556	1,937
3,600	3,600		5,600	337	58	955		
3,800	3,800		5,800	317	60	957		
4,000	4,000		6,000	297	62	959		

셋째로, 돈까스 및 햄버거 페티(안·등심, 후지 이용)을 이용할 경우 (표 3-68)에서와 같이 등심 원료육 가격을 지육가격 100% 적용하고, 가공비에는 수출비용 포함할 경우 중국산 수입가격 350~400엔/kg 경쟁력 없으나, 개량 냉동기술적용 품질향상 제품생산시 일본산과 경쟁이 가능하다.

(표 3-68) 돈가스 및 햄버거 페티(안. 등심, 후지 이용)의 수출가능가격

지 육 가 격	국내수출가격(원/kg)			일본출고가격(엔/kg)			일본국내가격(엔/kg)	
	등 심 원료육	가공비	계	관세	경비	계	중국산	일본산
2,800	2,800		4,800	106	55	691		
3,000	3,000		5,000	110	57	717		
3,200	3,200		5,200	114	59	743		
3,400	3,400	2,000	5,400	118	61	769	800	1,000
3,600	3,600		5,600	122	63	795		
3,800	3,800		5,800	126	65	821		
4,000	4,000		6,000	130	67	847		

(5) 한국산 가열처리 제품과 중국과의 경쟁력 비교

한국산과 중국산의 가열처리 제품의 가격 경쟁령을 비교해 보기 위해 먼저 생돈 및 부위별 가격을 살펴보면 (표 3-69)에서와 같이 '04년 12월 기준으로 생돈가격은 중국산에 비해서 30% 저렴하고, 등심은 15.3%, 목심 66.9%, 삼겹살 73.8%, 전지 43.8%, 후지 28.4%, 갈비 66.9% 저렴했다.

(표 3-69) 한국산과 중국산과의 가격비교

(단위: 원/kg)

구 분	생 돈	부위별 가격					
		등 심	목등심	삼겹살	전 지	후 지	갈 비
한국(A)	2,400	3,600	8,000	9,500	3,800	3,240	7,500
중국(B)	1,693	3,051	2,646	2,487	2,136	2,322	2,484
증감(%) (B/A)	70.5	84.7	33.1	26.2	56.2	71.6	33.1

※ 환율 = 1元 : 135원

※ 중국가격 : '04.12 현지조사가격

(표 3-70) 원료육 가격에 따른 가열가공품의 원가비교

제품별	국별	제품가격(원/kg)			운송비 (원/kg)	계 (원/kg)	일본출고가격(엔/kg)		
		원료육	가공비	계			관세	경비	계
소세지	한국	3,240	2,000	5,240	180	5,420	46	54	642
	중국	2,322	1,600	3,922	400	4,322	37	45	514
야 끼 부 다	한국	3,600	2,000	5,600	180	5,740	323	59	956
	중국	2,646	1,600	4,246	400	5,543	343	57	954
돈가스	한국	3,600	2,000	5,600	180	5,781	115	59	752
	중국	3,051	2,000	5,051	400	5,450	109	56	710

※ 관세 : 소세지 8.5%, 돈가스 20.0%, 야끼부다 차액관세기준 897엔/kg

한편 부분육 거래가격을 기준으로 하여 동일한 방법으로 한국산과 수출가능가격을 비교해 보면 (표 3-70)에서와 같이 소세지는 한국산이 5,420원, 중국산이 4,322원으로서 한국산이 25.4% 높고, 아끼부다의 경우 한국산은 5,740원, 중국산은 5,543원으로서 한국산이 3.4% 높으며, 돈가스의 경우에는 한국산은 5,781원, 중국산은 5,450원으로서 한국산이 6.0% 높다. 그러나 가격차이가 심한 소세지를 제외하고 아끼부다 및 돈가스의 경우에는 품질적인 차이로 인하여 경쟁 가능이 있는 것으로 판단된다.

일본 국내에서의 가격 경쟁력은 (표 3-71)에서와 같이 일본산과 비교시 제조원가 기준면에서의 한국산 소세지, 야끼부다, 돈가스 일본산과 유통가격 경쟁 가능하며, 중국산에 대비해서는 제품에 따라 약간 떨어진다.

(표 3-71) 일본 내에서의 가격 경쟁력

(단위 : 엔/kg)

구 분	일본내 유통가격		원가기준		
	일본산	중국산	중국산	한국산	비고(%) (한국/중국)
소 세 지	1,500	1,000	514	642	124.9
야끼부다	1,937	1,556	954	956	100.2
돈 가 스	1,000	800	710	752	105.9

대일 수출을 위한 가열처리 제품은 일본산에 비해서는 가격측면에서는 경쟁력은 있으나, 일본 소비자의 외국산 제품에 대한 거부감과 기피현상으로 제품의 위생과 가격 등에 대한 홍보의 정도에 따라 달라질 수 있으나 많은 시간이 요구될 수밖에 없다. 그러나 우리 나라 가열처리 돼지고기 제품과 경쟁국인 중국산과는 야끼부다 및 돈가스 외에는 가격 경쟁력에서 떨어지고 있다.

따라서 우리 나라산 가열처리 제품을 수출시장을 개척하기 위해서는 제품개발뿐만 아니라 정부지원은 물론 일본 업체와의 공동 투자 회사를 설립하여 기술협조는 물론 가격 책정과 판매에도 안정하게 이루어질 수 있도록 추진하는 것이 바람직할 것이다.

3) 도태돈 수출 전략

모돈 수출은 지난 '03년 침체된 국내 돈육시장의 활성화를 위해서 일정 물량을 해외로 반출시켜 국내 돼지고기 수급안정과 더불어 국내 소비자 요구에 부응한 국내산 돈육의 품질 제고 및 안전성을 강화하기 위해서 필리핀을 대상국가로 선정하여 추진한 바 있다.

특히 모돈 수출 추진시 국내 양돈산업 여건은 사육두수가 증가하고, 질병발생이 장기화되고 있어 대일 수출 중단에 따른 수출 부위의 적체로 어려움이 가중되고 있는 사황이였다. 또한 일반 부분육의 재고량 증가로 인해 저급 도태돈의 시중 유통으로 소비자의 돈육에 대한 인식은 더욱 부정적으로 변화하여 결국 돼지고기 소비는 더욱 악화된 것으로 판단되었기 때문이다. 국민소득 향상으로 소비자들의 고급육에 대한 선호도 및 안전성이 더욱 요구됨으로서 저급의 부분육을 수출함으로서 국내 돈육 가격과 수급안정에 기여할 것으로 판단되었기 때문이다.

국내 도태돈의 출하두수는 (표 3-72)에서와 같이 '03년도 2.8%, '04년도 3.3%로서 대략 2.5~3.5%에 해당할 것이나, 해당 년도에 지육가격에 영향을 받을 것으로 판단된다. 모돈 지육가격은 '03년도에는 비육돈 가격의 42.6%로서 대략 50~60%정도인 것으로 나타났다.

(표 3-72) 국내 도태돈 출하두수 및 지육가격

월별	출하두수(천두)			지육가격(원/Kg)		
	전 체	따돈 (도태돈)	비 율 (%)	전 체 (비육돈)	따돈 (도태돈)	비 율 (%)
'98	9,784	429	4.4	2,690	1,588	59.0
'99	10,557	354	3.4	2,982	1,909	64.0
'00	11,773	333	2.8	2,474	1,256	50.8
'01	13,817	373	2.7	2,586	1,344	52.0
'02	14,982	389	2.6	2,604	1,361	52.3
'03	15,133	424	2.8	2,378	1,013	42.6
'04	14,651	477	3.3	3,702	-	-

※ 도태돈(따돈)은 E 등급을 의미함.

※ 자료: 축산물 가격 및 수급자료, 2004

한편 도태돈의 연간 생산된 정육량은 (표 3-73)에서와 같이 '03년도에는 49,823톤, '04년에는 56,158톤으로서 전체 생산량의 6.4% 및 7.5%를 각각 차지했다. '04년도를 기준으로 각 부위별 생산량은 등심 8,300톤, 후지는 14,405톤으로서, 만일 당해 연도 생산량을 모두 소비했다고 가정할 때 전체 소비량의 7.72%, 7.44%를 차지한 것이다.

따라서 도태돈을 수출할 경우 대상되는 물량은 '04년 기준으로 22,705톤이며, 이중 국내 소비량 50%가 될 경우 10,000톤이 될 것으로 판단된다.

즉 '04년도 국내 도태돈 출하두수는 482천두, 생산량은 22,705톤(등심 8,300톤, 후지 14,405톤)이며, 수출 가능국가는 (표 3-75)에서와 같이 필리핀, 러시아 및 몽골이고. 이중 지육상태로서는 러시아, 부분육 형태로서는 필리핀, 러시아 및 몽골이 가능하다. 부분육은 주로 후지, 등심 및 잡육이 대상이고, 이밖에 삼겹살, 목심 및 갈비 등은 국내에서 사용이 가능하다.

도태돈 수출가격은 필리핀의 경우 후지 1.52$, 잡육 1.40$, 러시아의 경우에는 지육 1.2$, 후지 1.45$, 잡육 1.35$, 몽골의 경우 후지 및 잡육 1.36$이다, 특히 러시아 및 몽골에 돼지고기를 수출의 경우 지방두께가 30~40㎜로서 되도록 많은 것을 선호하는데 이는 육가공용으로 사용되거나 또는 지방을 식사용으로 이용하기 때문이다.

(표 3-73) 도태돈 부위별 생산량

(단위 : 톤)

구 분	정육량 (100)	부 위 별							
		안 심 (1.65)	등 심 (14.78)	후 지 (25.65)	삼겹살 (17.03)	목 심 (8.78)	전 지 (15.98)	갈 비 (7.93)	잡 육 (8.20)
250kg (110kg)	116.4 (51.2)	1.92 (0.84)	17.20 (7.57)	29.86 (13.13)	19.82 (8.72)	10.22 (4.50)	18.60 (8.18)	9.23 (4.06)	9.55 (4.20)
'03	49,823	822	7,364	12,780	8,485	4,374	7,962	3,951	4,085
'04	56,158	927	8,300	14,405	9,564	4,931	8,974	4,453	4,605

※ 정육율 : 46.55%(110kg = 정육 51.2kg)

※ '03년도 도태돈 출하두수 428천두(= 전체 출하두수 15,287천두 × 2.8%)

'04년도 도태돈 출하두수 482천두(= 전체 출하두수 14,620천두 × 3.3%)

(표 3-74) 돼지고기 국내산 부위별 수급 추정('04년 기준)

(단위 : 톤)

구 분		계	부 위 별							
			안 심	등 심	후 지	삼겹살	목 심	전 지	갈 비	잡 육
생산량	도태돈 (a)	748,544	12,351	110,635	192,002	127,477	65,722	119,617	59,360	61,381
		56,158	927	8,300	14,405	9,564	4,931	8,974	4,453	4,605
	일반육	692,386	11,424	102,335	177,597	117,913	60,791	110,643	54,906	56,776
소비량(b)		856,671	13,364	107,512	193,608	192,751	77,443	135,354	70,675	65,964
도태돈비중 (b/a)		6.56	6.93	7,72	7.44	4.96	6.37	6.63	6.30	6.98

※ 부위별 소비량은 협회 추정치임.

(표 3-75) 도태돈 수출 가능국가와 수출형태

구 분	수출부위별 가격($/Kg)			비 고
	지 육	정 육		
		후 지	잡 육	
필리핀	-	1.52	1.40	ㅇ 일반 부분육과 동일한 방법
러시아	1.2	1.45	1.35	ㅇ 브리야티아 공화국 기준 ㅇ 지육수출은 비닐포장후 마대사용 ㅇ 20Kg박스 사용 (지방 부착이 많은 것을 선호)
몽 골	-	1.36	1.36	ㅇ 후지 및 잡육은 육가공용 ㅇ 20Kg박스 사용 (지방 부착이 많은 것을 선호)

※ 수출가격은 C&F조건임.

한편 도태돈의 수출시 소요되는 비용은 (표 3-76)에서와 같이 부분육 가공비, 육가공공장에서 수출항구까지 운송비, 상차비 및 통관 제비용 등을 포함할 때 지육으로 러시아로 수출할 경우 310원/kg, 정육으로 필리핀에 수출할 경우에는 335원/kg, 러시아에는 610원, 몽골에는 589원 각각 소요된다.

수출 가능한 국내 도태돈의 지육 및 부분육 가격은 (표 3-77)에서와 같이 지육은 850원대, 후지 및 잡육은 1,000원대다. 그러나 국내 도태돈의 지육가격이 최저가격이었던 '03년도에도 (표 3-72)에서와 같이 1,013원이었으며, 또한 후지 및 잡육도 지난 '03년 10-12월경 국내 비 선호 부위의 재고량 누적에 따라 일시적으로 1,000원 이하에 거래되는 시기는 있었으나. '04년 현재 국내 가격상황을 고려할 때 거의 불가능한 상황이기 때문에 국내 돼지고기 수급 및 가격 안정을 위한 정책적인 지원이 없는 이상 어려운 실정이다.

(표 3-76) 도태돈 수출시 소요비용

(단위 : 원 /kg)

구 분			수 출 국			비 고
			필리핀 (마닐라)	러시아 (울란우데)	몽 골 (울란바토루)	
부분육 (정육)	가 공 비		260	260	260	30,000원/두 (정육 116kg)
수출	운송비	국 내 (공장-부산)	15	15	15	
		수 출	100	350	350	
		소 계	115	365	365	
	제반 소요비용		16	16	16	
	계(A)		131	381	381	
정부 물류지원금(B)			56	71	52	
합 계(=A-B) (부분육 가공비 제외)			335 (75)	610 (310)	589 (329)	

※ 돈육 운송은 냉동 컨데이너.

※ 제반 소요비용 (16원/kg): 상차비(11원), 통관제비용(1원)

(표 3-77) 수출 가능한 국내 지육가격 수준

(단위: 원/kg)

구 분	필리핀		러시아			몽 골	
	부분육		지 육	부분육		부분육	
	후 지	잡 육		후 지	잡 육	후 지	잡 육
수출가격(A)	1,520	1,400	1,200	1,450	1,350	1,360	1,360
수용비용(B)	335	335	310	310	310	329	329
수출 가능한 지육 및 정육가격 (=A-B)	1,185	1,065	890	1,140	1,040	1,031	1,031
(이윤 포함시)	(1,126)	(1,012)	(845)	(1,083)	(988)	(979)	(979)

※ 1$ = 1,000원,

※ 이윤 포함시는 국내 수출시 업체의 마진(5%)을 의미함.

도태돈은 기존까지는 국내에서 후지 등은 가공용(만두 등)에, 삼겹살, 갈비 등은 저렴하게 시중에 유통되어 왔다. 그러나 소비자의 생활수준이 향상됨으로서 도태돈에 구입량이 감소하고 더욱이 일부 소매 및 요식업체에서 일반돈과 동일한 가격으로 판매함으로서 돼지고기에 대한 소비자의 인식이 떨어지는 경우도 있었다.

이러한 배경으로 지난 '04년 양돈협회가 주최가 되어 도태돈 1만두를 필리핀 수출을 추진했던 계획은 (표 3-78)에서와 같이 자율적으로 추진되었으며, 더욱이 이를 지속적으로 수출될 수 있도록 제도적 지원방안으로 지방정부의 모돈 교체비용으로 두당 10만원을 참여농가에게만 지원되도록 유도하고 농림부는 시 도에 본 사업취지와 제도적 정착을 위해 보조금지원 등 행정적 지원 계획 하에 추진한 바 있다.

현재 국내 지육가격 상승으로 지속되지 못하고 있으며, 또한 도태돈 작업이 가능한 도축장 및 가공장이 한정되어 있는 실정이다.

따라서 국내가격이 안정될 때 도태돈이 체계적으로 수출할 수 있도록 도축작업이 가능할 수 있도록 정부의 시설지원이 요구되며, 또한 러시아 및 몽골을 대상으로 지육을, 필리핀을 대상으로 정육이 지속적으로 수출할 수 있도록 시장정보 입수는 물론 수입업체의 교류가 계속되어야 할 것이다.

(표 3-78) 도태돈 필리핀 수출방안('03년 실시사례)

구 분	추 진 내 용
수출여건	ㅇ 시장가격/kg : 자국산 돈육 1.62불, 제주산 냉동후지 1.3불대 수입 ㅇ 제품규격은 정육과 지방함량 85대 15% 기준하여 벌크박스로 수출 ㅇ 수출가격은 시장진입을 위한 초기 3개월은 8-9백원대 이후는 1천원대 ㅇ 시장진입이 성공한 후 장기적으로는 1불대(1,250원) 추진가능 ㅇ 수퇘지(웅돈)는 전량 패기(냄새문제로 클레임발생)
사업자금 조 성	ㅇ 양돈협회를 통해 농가가 무상으로 조성한 1만두를 가공하여 해외 수출 추진으로 사업자금 약 867백만원 조성
수출물량 및 판매대금과 비용 (천두기준)	o 처리조건 : 생체 중량 230kg, 지육율 75%, 지육대비 정육율 60% o 처리비용 : 도축비 22,000원, 발골 용역 및 박스등 부재료비 26,000원 o 운 송 료 : 두당 8,000원 o 정육생산량 및 판매수익 - 두당 105kg×10,000두 = 1,050톤 / 1,427백만원 - 수출(정육)물량 89kg×10,000두 = 890톤 × 1,100원 = 979백만원 - 내수(삼겹)물량 16kg×10,000두 = 160톤 × 2,800원 = 448백만원 o 처리비용 : 1두당 56,000원(도축 가공 운송)×1만두 = 560백만원 ※ 사업추진시 손익 : 1,427백만원 - 560백만원 = 867백만원

4) 국내 돈육의 수출증대를 위한 생산 및 홍보 전략

국내 돼지고기중 소비자의 이용 방법의 부족과 이용상 불편 등으로 구매하기를 꺼려한 부위가 국내 양돈산업 발전에 크게 제약을 주는 요인으로 작용해 왔다. 재고량 누적은 육가공업체의 작업두수를 감소시키고, 이는 비육돈 수요 감소로 이어지져 결국은 가격하락과 동시에 양돈농가의 소득 감소로 국내 양돈산업이 퇴보하는 국내 양돈산업의 악순환이 나타나기 마련이다.

이러한 국내 양돈산업 발전을 저해하는 요인인 비 선호 부위의 재고량 감소를 위해서 국내 비선호 부위에 대한 제품개발뿐만 아니라 수출 전략개발로서 부가가치를 최대화시키는 것이 필요하다. 특히 돈육 수출증대를 위해서는 기본적으로 국내외 돼지고기 시장의 변화를 분석한 후 목표를 설정한 후, 수입국가의 소비자 욕구를 충족시킬 수 있는 모든 활동을 통합, 조정하는 통합적인 수출전략이 필요하다.

또한 한국산과 수출국 제품과의 제품의 차별화와 제품의 다양성을 부여하기 위하여 수출국의 행동적 변수, 지리적 변수, 심리적 변수 등을 고려하여 소비자의 기호조사 및 분석을 실시하여, 이를 컬쳐마케팅(culture marketing), 필드마케팅(filed amrketing) 등을 통해서 수출시장을 공략할 수 있는 적극적인 시장개척이 필요하다.

(1) 국내 돼지고기 수출하기 위한 선행 조건

국내 돈육 수출을 위해서는 양국 무역업체간 제품과 결재 등에 대한 신뢰가 이루어져야 한다. 즉 균일한 품질과 일정한 가격수준이 양국간 거래의 선결과제다. 이를 실현하기 위해서는

첫째로, 국내 지육가격이 안정되어야 한다. 즉 각 국가별로 소비 및 생산력 등에 따라 계절적으로 가격차이가 발생할 수 있으나, 우리 나라의 경우 성수기와 비 성수기, 선호 부위와 비 선호 부위간의 가격차이가 심하여 수출이 불안정하게 이루어지는 경향이다. 우리 나라의 수출부위가 등심, 후지 등 비 선호 부위에 국한되어 있고, 가격 변동폭도 타 부위에 비해서 상대적으로 적으나, 일부 수출업체에서는 국내 가격변동에 의해서 수출물량을 줄이거나 또는 계약을 이행하지 않은 경우가 있어 대외 신용도가 떨어지는 경우가 많다.

따라서 생산농가와 가공 수출업체가 상호 수익을 보장받을 수 있는 적정가격 유지와 더불어 적정 가격으로 수출이 이루어질 수 있는 체계인 제도 방안 구축이 필요하다. 한 수출업체의 계약 불이행과 또한 저질 돈육을 저가로 수출함으로서 한국산 의미지를

하락시켜 경쟁력을 악화시켜서는 않기 위해서는 수출협회를 중심으로 수출상 문제점을 논의하고 악덕 수출업체에 대한 정보를 교환하여 양 국가간 신뢰성 있는 거래가 이루어지도록 노력해야 한다.

둘째로, 수출용 돼지고기에 대해서 생산, 품질관리가 철저히 이루어져야 한다. 즉 생산부터 도축, 가공 및 운송에 이루기까지 위생적인 돼지고기가 수출될 수 있도록 노력해야 한다.

즉 고품질의 돼지고기를 생산하기 위해서는 (표 3-79)에서와 같이 삼원 교잡종을 이용한 규격 비육돈 생산함으로서 육색과 규격도를 향상시켜야 하며, 180일 출하일령을 준수하고 비육사료를 장기 급여한다. 또한 위생적인 돼지고기 생산을 위해서는 후기처리가 된 사료를 급여하는 물론 탄력, 드립 및 PSE발생을 최소화하여야 한다.

(표 3- 79) 국내산 PSE 돈육 발생현황 및 개선방안

농 가	◦종 돈	◦품종선택(PSS 발현 유전인자 미보유 종돈)
	◦비육사료급여	◦비육돈사료를 70kg부터 급여하여 180일이상 출하(110~120kg)
	◦수 송	◦출하전 절식, 이동시 구타 및 전기봉 사용금지 ◦수송밀도 준수(0.35㎡/두) ◦수송속도 준수(시속 50~70㎞)
도축·가공장	◦계 류	◦6시간이상 준수 ◦Stress 최소화를 위한 급수 및 샤워
	◦전살전압	◦저전압 사용(150~250V)
	◦도축공정시간	◦20분이내 작업완료후 예냉실 입고
	◦지육냉각	◦70~90분이내에 급속냉각하여 심부온도 28℃이하
	◦냉 각	◦15시간 냉각후 심도온도 3℃이하

셋째로, 돼지고기 수출에 영향을 주는 구제역 및 돼지 콜레라가 발생하지 않도록 방지 노력을 체계적으로 지속되어야 한다.

즉 기존에 수출 가능한 필리핀, 러시아 및 몽골뿐만 아니라 경쟁력이 있고 부가가치가 높은 신선 냉장육이 수출 가능한 대일 수출재개를 위해서, 또 국내 양돈업을 선진 양돈산업으로 한 단계 발전시키기 위해 양돈 후진국에서나 만연되고 있는 대일 수출의 장애 질병인 구제역 및 돼지 콜레라 질병 발생 방지를 위한 예방체계를 강화하고 지도 및 교육 홍보를 지속하여야 한다. 더욱이 대륙지역의 대일 수출 재개 전까지 제주도산 돼지고기의 대일 수출이 다시 재개되도록 조속한 현재의 돼지 콜레라 항체 검출 경유를 철저히 규명되어야 할 것이다.

(2) 돼지고기 수출시장 개척 및 확대를 위한 전략

국내 돼지고기 신규 수출시장을 개척하고 기존 수출시장을 확대하기 위해서,

첫째로, 대일 수출중단에 따른 비 선호 부위 증가로 발생되는 국내 돼지고기 수급불안정을 해소하기 위한 방안의 하나로서 가열처리 가공제품 수출 추진에 대한 조사 연구가 이루어져 한다.

즉 가열처리 돈육 가공제품 수출추진을 위해서 관련 업체 및 기관이 합동으로 체계적으로 가열 제품 수출 가능성과 경제성을 사전 검토하고, 국내 업체간의 과열 중복투자 방지를 위한 업체와의 추진방향 협의하며, 부분육 수출과 동일한 수준의 물류 비용 지원이 이루어져야 할 것이다. 아울러 국내에서도 가열처리 돈육 가공제품 개발에 대한 소비홍보와 업체가 참여하고 발전시킬 수 있는 방안들이 마련되어야 할 것이다.

둘째로, 국내산 돼지고기 수출시장의 다변화를 위해서 수출 가능한 해외시장에 정보수집 및 시장 개척이 이루어져 한다.

현재('04년 12월) 국내 돼지고기 수출 가능한 지역은 필리핀, 러시아, 몽골, 일본(제주도에 한하며, '04. 11월이후 현재 일시 중단된 상황임)이다. 한편 돼지고기 정육 및 부산물 수출이 가능한 지역으로서 판단되는 국가로서는 유럽(스페인, 러시아 샹테부르크 등 - 등심 수출가능) 및 동남아(태국, 홍콩 등- 후지 및 등심 수출가능), 대만(부산물), 일본(가열처리 부산물)에 대한 수출 가능성에 대한 세밀한 현지 조사가 이루어져야 할 것이다.

셋째로, 돼지고기 수출 가공업체에 대한 정부의 물류비 및 포장비의 지원이 확대되어야 한다.

즉 WTO규정이 허용하는 범위 내에서 물류비 부담이 큰 축산물에 대한 수출물류비 중 일부를 지원함으로서 수출확대 및 양축농가 소득을 도모하기 위하여 농수산물유통공사는 농축산물판매촉진 물류비용을 지원하고 있다.

지난 '04년 기준으로 일본의 경우 55원/kg, 중국 52원/kg, 동남아 56원/kg, 유럽 70원/kg, 극동러시아 71원/kg을 차등 지원하고 있다.

그러나 지원하고 있는 수출물류비가 현실화되어야 한다. 전체 운송비의 20%(러시아 및 극동지역)~50%(일본 및 동남아 등)으로서 운송거리가 먼 지역으로의 수출은 물류비의 소요비가 높기 때문에 근접지에 비해서는 상대적으로 수출 경쟁력이 떨어지기 때문에 물류(운송)비용의 확대는 물론 별도로 발송 포장재 비용을 지원함으로서 수출업체의 경쟁력을 재고하는 방안이 필요하다.

(3) 한국산 돼지고기 인지도 향상을 위한 홍보 강화

수출 대상국가의 수입업체, 유통업체 및 소비자를 대상으로 국내산 돼지고기에 대한 소개하여 국내산 돼지고기에 대한 인지도를 향상시키기 의한 마케팅이 필요하다.

한 예로 일본 돈육시장을 대상으로 수출확대 홍보시에는 자연 및 생산환경이 일본과 동일하고, 수송거리 및 기간이 짧아 냉장육으로 신선도가 일본산과 같으며, 한국의 생고기 소비문화(불고기)가 맛, 영양 측면에서 세계 제일이다. 또한 일본 일반 소비자에 대한 한국산 돈육의 신뢰도 높고, 한국(제주도산) 철저한 질병관리에 의한 위생적으로 생산하기 때문에 안정하고 안심할 수 있는 돈육으로서의 의미지를 전달해 주어야 할 것이다.

따라서 홍보방법으로서는 신문전면광고, 신문 및 방송 현지 리포터 초청에 의한 한국(제주도)의 돈육을 생산하는 현장을 전달하고, 또한 매년 개최되는 Foodex Japan 등의 식육전시회에 참석하며 식품전시회 및 현지 대형유통업계에 국내산 돈육의 홍보를 위한 할인판매 행사 등을 추진하여 국내산 돈육의 우수성 및 품질의 안정성을 꾸준히 전달해야 할 것이다.

또한 컬쳐 마케팅(Culture marketing)의 일환으로서 동남아 및 전 세계적으로 불고 있는 한류(韓流)문화를 활용하여 산업시찰단을 우리나라에 초청하여 유통업체 및 소비자를 조직화하는 하는 한편, 모니터 제도를 도입하는 등 세일즈 프로모션을 실기하여

야 할 것이다.

이와 더불어 수출국의 잠재 수요개발을 위하여 홍보물 발간, 요리책자발간, 포스터 제작 등으로 소비자와 접촉할 수 있는 기회를 확대하는 필드마케팅을 실시해야 할 것이다.

최근에는 인터넷을 활용하여 정보 통신망이 잘 보급되었기 때문에 한국산 돼지고기의 홍보활동에 활용하키 위해서는 수출 대상 국가의 소비자가 어제든지, 어디에서나 한국산 돼지고기에 대한 정보를 이용하고, 한국산 돼지고기에 대한 관심을 가질 수 있도록 통신마케팅도 힘을 기울려야 할 것이다.

수출 상대국의 확대는 소비성향(소득계층별, 지역성 등)분석, 교민현황 분석, 수출상대국의 경제상황을 분석한 후 목표시장(Target-market)을 설정하여 수출전략을 수립하고, 실행한 후 성과를 평가하는 재추진 계획을 세우는 일련의 과정이 필요한 것처럼 돼지고기 수출도 국내 돼지고기 수출을 위해서는 수출 대상 국가의 소비문화에 적합하게 수출전략을 수립해야 하며, 이를 위해서는 수출 및 돼지고기 생산농가 모두 정보를 공유하고 협력할 때 가능할 것으로 판단된다.

제 Ⅳ 장 . 요약과 결론

○ 전통적으로 우리나라 돼지고기 소비는 삼겹살, 목심, 갈비에 편중되었고, 이용방법도 주로 구이용으로 소비되어 왔다. 선호 부위에 대한 국내 생산량은 소비량에 대해 부족하여 소비량이 증가할수록 수입도 증가해야 하는 반면에, 비 선호 부위는 생산량을 증가시킬 수록 재고량이 증가함으로서 국내 양돈산업 발전에 저해 요인으로 작용하고 있다.

비 선호 부위에 대한 문제는 첫째로 삼겹살을 선호하는 국내 돼지고기 소비문화, 둘째로 돼지고기 수입개방 하에서도 국내 양돈업의 국제 경쟁력을 제고하기 위하여 추진해 왔던 대일 수출이 지난 '00년 3월 구제역 발생과 그 후 '03년 콜레라 예방백신 접종으로 중단됨으로서 더욱 심각하게 대두되었다.

○ 본 연구는 돼지고기에 대한 국내 소비자의 의식과 실태를 파악하고, 한국산 비선호 부위에 대한 수출 가능국가를 파악하여, 돼지고기 소비 확대와 비 선호부위에 대한 부가가치를 향상시키며 동시에 국내 양돈산업의 안정적인 발전을 도모하기 위해서 추진하였다.

○ 돼지고기에 대한 소비자 인식

- 일반 소비자들은 75~78%가 가정이나 외식 모두에서 돼지고기를 즐겨 먹는 것으로 나타났다. 그 이유는 우선은 돼지고기가 다른 고기보다 맛이 있고 가격이 싸면서 식습관 때문이라고 하였다. 특히 20~30대 연령층에서 더 즐겨 먹으며, 또한 수입육보다는 국내산을 선호한다는 응답자가 64.8%에 이른다.

- 돼지고기를 구입하는 소비자들은 일주일 평균 1.3회 정도 돼지고기를 구입하고 있으며 응답자 중 32.8%가 1회 구입량으로 600g(한근) 정도를 구입한다는 소비자가 가장 많았다. 응답자 전체 1회 평균 구입량은 578g인 것으로 나타났다.

- 2004.11월 기준 최근 1개월간 구입한 돼지고기 부위는 85.7%가 삼겹살을 가장 많이 구입하였으며, 그 다음은 41.4%로 목살을 구입하였다. 이들 모두는 구이용으로 사용되었으며 가족별로 좋아하는 부위를 보아도 전체적으로 삼겹살을 가장 좋아하는 것으로 조사되었다.

- 또한 가족과 외식을 할 경우 돼지갈비(40.6)를 먹는다는 응답과 삼겹살구이(40.5%)를 먹는다는 응답이 많았으며, 특히 업무상 외식의 경우에는 삼겹살구이(68.9%)를 먹는다는 소비자가 상대적으로 가장 많았다.

- 일반 소비자들은 돼지고기를 구입하게 될 때 다른 고기에 비해 지방이 많고(32.5%) 돼지고기 특유의 냄새 때문(19.4%)에 돼지고기 구입을 꺼린다고 하였다. 또한 삼겹살이나 목살을 제외한 부위를 구매한 경험이 있는 경우 그 이유는 가족이 즐겨 먹는 요리재료로 적합(25.1%)하며 다른 육류보다 상대적으로 값이 싸기 때문(22.3%)인 것으로 응답하였다.

- 돼지고기를 주로 구입하는 장소로는 농축협매장(33.8%)과 대형할인점을 이용하고 있으며, 특히 농축협매장은 30대 연령층과 남성 응답자가 많이 이용하고 대형할인점은 40대와 여성이 주로 이용하는 것으로 나타났다. 정육점의 경우 40대 이상과 여성이 주로 이용한다고 응답하였다.

구입장소별 이유를 보면 농축협의 경우 품질을 믿을 수 있고(67.0%) 고기의 질이 좋아서(27.4%) 이용하며, 대형할인점은 한꺼번에 장을 볼 수 있고(38.0) 신선도가 유지되어서(20.9%) 이용한다는 응답자가 많았다. 정육점은 거리가 가까워서(40.0%) 구입처의 고기질이 좋아서(30.7%) 이용하며, 백화점 식품코너는 신선도가 유지되고(33.3%) 품질을 믿을 수 있어서(29.6%) 이용한다고 응답하였다.

- 돼지고기를 구입할 때 고기의 맛(74.4%)을 가장 중요하게 생각한다고 응답하였으며, 그 다음으로 고기의 가격(27.0)과 요리할 음식의 종류(21.6%)라고 하였다. 돼지고기를 구입하는데 영양가를 비중있게 고려하거나 항생제나 방부제 처리여부 또는 요리의 난이도를 중요하게 고려하는 것이 아님을 알 수 있다.

- 돼지고기 브랜드 선호는 73.4%가 아주 선호하거나 비교적 선호한다고 하였다.

또한 돼지고기의 품질이 좋고 신선하며 안전하다고 인정된다면 응답자의 49.1%는 현재의 가격보다 10% 비싸도 구입의사가 있으며, 응답자의 24.7%는 20% 비싸도 구입의사가 있는 것으로 이번 조사에서 돼지고기 고품질에 의한 가격 프리미움 수준은 평균 약 22.6%로 나타났다.

- 돼지고기에 대해 가장 알고 싶어하는 내용은 돼지고기의 안전성과 위생수준(54.5%)이며 그 다음은 부위별 요리방법(22.2%)과 돼지고기 가격(15.5%)으로 나타났다.

이러한 조사결과는 돼지고기를 실제 구입에 나설 경우 가족의 식습관과 고기의 가격에 의해 결정한다는 상기의 내용과 상치되는 면이 있다. 그러나 역설적으로 돼지고기의 안전성과 위생수준 그리고 부위별 요리방법 등 돼지고기 전반에 관해 정보를 쉽고 효율적으로 접근할 수 있는 체제가 갖추어져 있지 않다는 것을 의미한다.

정부나 양돈관련 단체 등에서 돼지고기에 대한 많은 자료들을 제공하고 있기는 하지만 양돈산업 종사자가 아닌 일반 소비자를 대상으로 돼지고기의 전반적인 내용을 지속적으로 알릴 수 있는 전문 홍보지, 인터넷 사이트 등 매스미디어 체계가 미흡하여 소비자의 욕구를 제대로 반영하고 있지 못함을 의미한다.

- 돼지고기에 대한 정보를 입수하는 채널로는 TV(36.3%)를 가장 선호하며 그 다음은 정육점이나 구입업체의 전단지(34.7%)로 조사되었다. 돼지고기 홍보를 접촉한 응답자 는 66.5%로 이들 중 53.7%는 돼지고기를 먹고 싶은 느낌이 들었다고 하였으며 43.4%는 그저 그렇다, 2.8%는 먹고 싶지 않았다는 응답을 하였다. 또한 이들 홍보의 개선사항으로 TV의 전달내용과 방영시간대가 개선되어야 한다는 반응을 보였다.

○ 돼지고기 소비전략

- 일반 소비자를 위한 정보를 장기적이고 지속적으로 제공하는 시스템이 구축되어야 한다. 즉 분산된 돼지고기 정보제공을 토탈 정보제공 시스템으로 정비할 필요하며, 또한 공공성을 부여한 정보매체의 집중 개발이 필요하다.

- 다양한 홍보수단의 개발되어야 한다.즉 특정 목표계층을 표적으로 하는 계절별 테마광고, 양돈 테마공원, 양돈산업체험 행사(농가, 육가공공장, 판매장 등), 전국 권역별 돼지고기 홍보관 유치 등 소비자와 접근을 위한 다양한 방법을 개발하여 지속적으로 소비자의 관심을 유도하는 방법이 고려되어야 한다.

- 일반 소비자가 접근하기 용이한 요리법 개발되어야 한다. 즉 일반 소비자는 전문적 지식이 아니어도 쉽고 번잡스럽지 않는 요리법을 통하여 더 많은 돼지고기 소비를 할 수 있도록 유도되어야 한다.

- 양돈대표할 캐치플레이즈(Catch phrase)개발 및 보급이 필요하다. 즉 돼지의 특성이나 가치를 잘 표현하는 캐치플레이즈의 개발하고 지속적으로 활용한다면 돼지고기에

대한 친근감은 한층 더 심화되고 소비자의 마인드를 바꾸어줄 중요한 키워드가 될 것이다.

- 홍보관련 전문인력 육성과 재정적 지원이어야 한다. 즉 전문인력 확보를 통한 체계적이고 계획적인 소비촉진 정책이 시행되어야 하며 이에 수반하는 재정적 지원의 뒷받침은 필수 불가결한 조건이다.

- 돼지고기 소비 촉진을 위한 종합 씽크 탱크의 구축되어야 한다. 돼지고기의 소비촉진 홍보만을 전담하고 실행할 수 있는 통합 관리체계가 필요하다. 현재와 같은 운용방식은 시간적 경제적인 낭비요소를 제대로 제어할 수 있는 기능이 미약하고 피드백 기능 또한 미약한 실정이다. 전체적으로 전문인력에 의해 기획되고 제작 통제하며, 실행되어 그 성과를 수시로 모니터링 할 수 있는 일관된 체계가 존재해야 적은 비용을 투입하고도 최대의 효과를 가져올 수 있기 때문이다.

○ 한국산 돼지고기 수출가능업체

- '00년 이후 국내에서 선호하지 않는 안심, 등심 및 후지 부위의 재고량 증가가 국내 지육가격 하락으로 신규 수출시장 개척의 필요성이 대두되었고, 추진 결과 (표 4-1)에서와 같이 '01년도에는 필리핀, '02년도 러시아, '03년도 몽골로의 수출이 가능하게 되었다.

(표 4-1) 국별 수출승인 작업장

(단위 : 개소)

국 가	수 출 승인년월	도축장	가공공장	비 고
일 본	'04.11	1	8	◦제주도에 한정(대륙지역 불인정) ◦'04.11월 돼지 예방주사항체 확인으로 수출 잠정중단
필리핀	'01. 8	9	19	◦국내 콜레라 발생지역(충남, 경기)를 제외하고 2004. 2.19일자 수출장 승인
러시아	'02. 1	4	6	◦'02년 수출 승인으로 수출 가능하였으나 '02년 국내 구제역 발생에 따라 일시중단
몽 골	'03. 1	16	31	

※ 국가별 수입업체 명단 별첨 참조

○ 한국산 돼지고기 수출가능국가의 수입 및 시장현황

- 필리핀 돼지고기 수입

국가별 부위별 수입량은 (표 4-2)에서와 같이 지육의 경우 독일, 캐나다, 벨기에에서 정육은 덴마크, 네덜란드, 프랑스, 캐나다가 주요 수입국이였으며, 부산물의 경우 캐나다, 네덜란드, 호주가 주요 국가이였다. 수입량중 지육은 2.2%, 정육은 21.3%, 부산물은 76.5%를 차지하였으며, 부산물 중에는 지방 37.2%, 내장 22.2%, 스킨 17.1%를, 정육은 삼겹살이 5.9%, 기타인 후지는 15.4%를 각각 차지했다.

(표 4-2) 국가별 부위별 수입실적('04. 1-10)

(단위: 톤)

국가별	지육	기 타		부 산 물			계
		삼겹살	기타	지방	스킨	내장	
호 주	-	-	129	717	929	1,436	3,212
벨 기 에	29	222	210	665	2,099	455	3,680
캐 나 다	75	49	1,151	7,454	368	5,210	14,307
중 국	-	-	815	2,263	-	100	3,177
덴 마 크	-	1,321	1,985	2,918	1,310	531	8,065
프 랑 스	-	939	1,276	2,125	897	629	6,858
독 일	992	-	49	-	302	246	598
네덜란드	-	-	1,431	930	1,389	1,096	4,846
한 국	-	120	317	1,072	1,141	235	2,885
스 페 인	-	34	168	385	-	297	40
영 국	-	208	123	-	45	25	883
미 국	-	73	67	215	161	957	401
계 (비율)	1,096 (2.2)	2,967 (5.9)	7,747 (15.4)	18,758 (37.2)	8,643 (17.1)	11,216 (22.2)	50,426 (100)
		10,714 (21.3)		38,617(76.5)			

※ 자료 : 필리핀 BAI.

- 러시아 돼지고기 수입현황

돼지고기 국가별 수입량은 (표 4-3)에서와 같이 '03년도를 기준으로 할 경우 브라질이 45.0%, 유럽연합 28.3%, 중국 10.9%, 미국 2.9%, 기타 2.9%를 각각 나타났다.

반면 수입단가는 '04년 상반기 1.45$/Kg로서 '03년도 1.40$/Kg에 대비하여 3.6% 상승하여 연차적으로 상승추세를 나타내고 있으며, 또한 쇠고기의 수입단가에 대비해서는 3.3% 낮은 반면에 닭고기 수입단가에 대비해서는 145.8% 높아, 우리 나라에 대비하여 쇠고기와 돼지고기의 가격 차이이 적은 것으로 나타냈다.

(표 4-2) 육류별 국가별 수입량('03년)

(단위 : 천톤)

구 분	돼지고기	쇠고기	닭고기
미 국	17(2.9%)	20	764
브라질	261(45.0%)	83	194
중 국	63(10.9%)	64	17
유럽연합	164(28.3%)	240	-
우크라이나	- (-)	167	-
기 타	75(2.9%)	11	165
계	580(100)	585	1,140

- 몽골 돼지고기 수입현황

돼지고기 수입량은 (표 4-3)에서와 같이 정육의 경우 '03년도 95.92톤으로서 '02년도 10.57톤에 비해서 증가 추세를 나타내고 있으며, 특히 돼지지방의 경우 '03년도 868톤에서 '02년도 435.63톤으로 100% 증가 추세를 나타냄으로서 가공제품의 생산 및 소비가 증가 추세임을 알 수 있다.

수입 단가는 정육(잡육 또는 후지)은 0.83$, 돼지 지방은 0.42$로서, 정육의 대부분은 한국에서, 돼지 지방은 한국 및 중국에서 수입하는 데, 수입비율은 '03년 기준 하여 한국 75%(650톤), 중국 25%(218톤)을 차지하고 있다.

(표 4-3) 돼지고기 수입추이

(단위 : 톤, 천$)

구 분	정 육			돈지방		
	물 량	금 액	단 가 ($/Kg)	물 량	금 액	단 가 ($/Kg)
'95	1.20	1.0	0.83	-	-	-
'00	36.42	31.0	0.85	68.00	32.4	0.48
'01	0.29	0.6	2.07	14.60	5.1	0.35
'02	10.57	5.2	0.49	435.63	171.8	0.39
'03	95.92	79.4	0.83	868.10	364.3	0.42

(표 4-4) 국가별 수입량('03년 기준)

(단위: 톤)

구 분	정 육	돈지방
한 국	95.92(100)	650.20(75)
중 국	-	217.90(25)
계	95.92(100)	868.10(100)

○ 정육 및 부산물 수출전략

- 부분육 수출 가능성 : 대일 수출은 현재 제주도에 한정되어 있으나, 가격측면에서는 국내 지육 가격 관계없이 지속 가능하나 필리핀, 러시아 및 몽골 수출은 국내 가격 수준에 따라 수출가능 유무가 결정됨. 필리핀의 경우 지육가격이 3,000원대 이하에서의 비 선호 부위 수출가능.

- 가열처리 및 부산물 수출 가능성 : 부산물중 간, 스킨, 지방의 필리핀 및 몽골 수출가능하고, 가열 부산물(대장, 소장)은 가격측면에서 대일 수출이 가능함.

(표 4-5) 정육 및 부산물 수출 가능성

(단위: 원/Kg)

구 분		국내 가격		일 본	기타국	수출가능
		'04. 1 (2,983원)	4 (3,639원)	국내가격	(필리핀)	유 무
부분육	안 심	2,427	2,955	8,500~9,000	-	o 수출: 지속 가능 o 필리핀: 지육가격 3,000원이하 가능
	등 심	2,423	3,061	6,500~7,000	3,640	
	후 지	1,887	2,708	3,800~4,200	3,360	
가 열 제 품	등 심	5,423	6,061	24,000	-	대일 수출가능
	후 지	4,887	5,708	15,000	-	
부산물	간	540		-	974	o 필리핀 및 몽골 수출가능
	지 방	600		-	924	
	스 킨	550		-	739	
	가열제품	1,200		2,000	-	대일 수출 가능

※ 자료: 국내 가격(육가공업체 32개소 4월 평균가격), 일본가격(식육속보, 4.20)

※ 국내가격(냉동육, 4월)은 일반육, 가열제품은 제조원가 기준.

○ 가열처리 제품 수출전략

- 첫째로, 소세지류(후지 이용)의 경우 (표 4-6)에서와 같이 원료육 가격은 지육가격의 90%로 하고, 가공비에는 수출비용 포함하여 산출할 경우 수출이 가능한 가격 440엔에 비해서 국내 지육가격이 2,800원이하가 되지 않을 경우 타 수출국가의 경쟁력을 없는 것으로 분석된다.

(표 4-6) 소세지류(후지 이용) 수출가능가격

지 육 가 격 (원/kg)	가공제품가격(원/kg)			일본출고가격(엔/kg)			일본국내가격(엔/kg)	
	원료육	가공비	계	관세	경비	계	중국산	일본산
2,800	2,520		4,520	38	47	537		
3,000	2,700		4,700	40	49	559		
3,200	2,880		4,880	42	51	581		
3,400	3,060	2,000	5,060	43	53	603	1,000	1,500
3,600	3,240		5,240	45	55	625		
3,800	3,420		5,420	46	56	644		
4,000	3,600		5,800	49	60	689		

- 둘째로, 야끼부다 및 햄(등심 이용)의 경우 (표 4-7)에서와 같이 원료육 가격은 지육가격 100%, 가공비에는 수출 비용을 포함시할 경우에 C/L에는 897엔/kg으로 하고 차액별도 청산 시에는 수출이 가능이 가능하다. 즉 수입단가가 557엔(중국 600엔, 미국 554엔)이기 때문에 국내 지육가격이 최대로 3,400원 이하가 될 경우 수출이 가능하다.

(표 4-7) 야끼부다 및 햄(등심 이용)의 수출가능가격

지 육 가 격 (엔/kg)	가공제품가격(원/kg)			일본출고가격(엔/kg)			일본국내가격(엔/kg)	
	원료육	가공비	계	차액관세	경비	계	중국산	일본산
2,800	2,800		4,800	417	50	947		
3,000	3,000		5,000	397	52	949		
3,200	3,200		5,200	377	54	951		
3,400	3,400	2,000	5,400	357	56	953	1,556	1,937
3,600	3,600		5,600	337	58	955		
3,800	3,800		5,800	317	60	957		
4,000	4,000		6,000	297	62	959		

- 셋째로, 돈까스 및 햄버거 페티(안·등심, 후지 이용)을 이용할 경우 (표 4-8)에서와 같이 등심 원료육 가격을 지육가격 100% 적용하고, 가공비에는 수출비용 포함할 경우 중국산 수입가격 350~400엔/kg 경쟁력 없으나, 개량 냉동기술적용 품질향상 제품생산시 일본산과 경쟁이 가능하다.

(표 4-8) 돈가스 및 햄버거 페티(안. 등심, 후지 이용)의 수출가능가격

지 육 가 격	국내수출가격(원/kg)			일본출고가격(엔/kg)			일본국내가격(엔/kg)	
	등 심 원료육	가공비	계	관세	경비	계	중국산	일본산
2,800	2,800		4,800	106	55	691		
3,000	3,000		5,000	110	57	717		
3,200	3,200		5,200	114	59	743		
3,400	3,400	2,000	5,400	118	61	769	800	1,000
3,600	3,600		5,600	122	63	795		
3,800	3,800		5,800	126	65	821		
4,000	4,000		6,000	130	67	847		

○ 도태돈 정육 및 지육 수출전략

- 수출 가능한 국내 도태돈의 지육 및 부분육 가격은 (표 4-9)에서와 같이 지육은 850원대, 후지 및 잡육은 1,000원대다. 그러나 국내 도태돈의 지육가격이 최저가격이었던 '03년도에도 1,013원이었으며, 또한 후지 및 잡육도 지난 '03년 10-12월경 국내 비 선호 부위의 재고량 누적에 따라 일시적으로 1,000원 이하에 거래되는 시기는 있었으나. '04년 현재 국내 가격상황을 고려할 때 거의 불가능한 상황이기 때문에 국내 돼지고기 수급 및 가격 안정을 위한 정책적인 지원이 없는 이상 수출은 어려운 실정이다.

(표 4-9) 수출 가능한 국내 지육가격 수준

(단위: 원/kg)

구 분	필리핀		러시아			몽 골	
	부분육		지 육	부분육		부분육	
	후 지	잡 육		후 지	잡 육	후 지	잡 육
수출가격(A)	1,520	1,400	1,200	1,450	1,350	1,360	1,360
수용비용(B)	335	335	310	310	310	329	329
수출 가능한 지육 및 정육가격 (=A-B)	1,185	1,065	890	1,140	1,040	1,031	1,031
(이윤 포함시)	(1,126)	(1,012)	(845)	(1,083)	(988)	(979)	(979)

※ 1$ = 1,000원, ※ 이윤 포함시는 국내 수출시 업체의 마진(5%)을 의미함.

○ 국내 돈육의 수출증대를 위한 생산 및 홍보전략

- 국내 돼지고기 수출확대를 위한 선행조건

첫째로, 국내 지육가격이 안정해야 한다.

둘째로, 수출용 돼지고기에 대해서 생산, 품질관리가 철저히 이루어져야 한다. 즉 생산부터 도축, 가공 및 운송에 이루기까지 위생적인 돼지고기가 수출될 수 있도록 노력해야 한다.

셋째로, 돼지고기 수출에 영향을 주는 구제역 및 돼지 콜레라가 발생하지 않도록 방지 노력을 체계적으로 지속되어야 한다.

- 돼지고기 수출시장 개척 및 확대를 위한 전략

첫째로, 대일 수출중단에 따른 비 선호 부위 증가로 발생되는 국내 돼지고기 수급불안정을 해소하기 위한 방안의 하나로서 가열처리 가공제품 수출 추진에 대한 조사 연구가 이루어져 한다.

둘째로, 국내산 돼지고기 수출시장의 다변화를 위해서 수출 가능한 해외시장에 정보수집 및 시장 개척이 이루어져 한다.

셋째로, 돼지고기 수출 가공업체에 대한 정부의 물류비 및 포장비의 지원이 확대되어야 한다.

- 한국산 돼지고기 인지도 향상을 위한 홍보 강화

홍보방법으로서는 신문전면광고, 신문 및 방송 현지 리포터 초청에 의한 한국(제주도)의 돈육을 생산하는 현장을 전달하고, 또한 매년 개최되는 Foodex Japan 등의 식육전시회에 참석하며 식품전시회 및 현지 대형유통업계에 국내산 돈육의 홍보를 위한 할인판매 행사 등을 추진하여 국내산 돈육의 우수성 및 품질의 안정성을 꾸준히 전달해야 할 것이다.

또한 컬쳐 마케팅(Culture marketing)의 일환으로서 동남아 및 전 세계적으로 불고 있는 한류(韓流)문화를 활용하여 산업시찰단을 우리나라에 초청하여 유통업체 및 소비자를 조직화하는 하는 한편, 모니터 제도를 도입하는 등 세일즈 프로모션을 실기하여야 할 것이다.

이와 더불어 수출국의 잠재 수요개발을 위하여 홍보물 발간, 요리책자발간, 포스터 제작 등으로 소비자와 접촉할 수 있는 기회를 확대하는 필드마케팅을 실시해야 할 것이다.

최근에는 인터넷을 활용하여 정보 통신망이 잘 보급되었기 때문에 한국산 돼지고기의 홍보활동에 활용하키 위해서는 수출 대상 국가의 소비자가 어제든지, 어디에서나 한국산 돼지고기에 대한 정보를 이용하고, 한국산 돼지고기에 대한 관심을 가질 수 있도록 통신 마케팅도 힘을 기울려야 할 것이다.

참 고 문 헌

◦ 양돈수급안정위원회, 「돼지고기 수출부위를 이용한 사업모델 및 보급방안에 관한 연구보고서」 2003.

◦ 농촌진흥청, 「돈육 수출입국간의 생산, 품질, 가공, 유통 및 지원대책 비교조사에 의한 대응방안 연구」1999

◦ (사)한국육류유통수출입협회,「육류 유통 및 소비실태 조사보고」2003.1-2004. 12

◦ 日本 食肉通信社, 「食肉年監」 2004

◦ 건국대학교, 「쇠고기 소비형태 및 소비자 의식구조 변화에 대한 연구」 2004. 9

◦ 한국농촌경제연구원, 「미국 BBS 발생이후 국내 쇠고기 소비변화 분석」 2004. 10

◦ (사)대한 양돈협회, 「2002년도 돼지고기 소비촉진 TV광고 효과조사 및 분석」 2003. 1

◦ 진주산업대학교 동물생명산업지역 협력연구센터, 「돼지고기 비선호 부위의 문제점과 해결방안」 2004. 6. 4

◦ 건국대학교,「쇠고기 수입자유화에 대응한 수급과 가격안정화 방안에 관한 연구」 '97.11

◦ 한국농어민신문, 「 WTO체계하의 육류수출활성화 정책토론회 」1995

◦ 농협중앙회,「양돈산업 전망과 돈육수출 대책 세미나 」, 2001

◦ 대한양돈협회,「2002년도 돼지고기 소비촉진 TV광고 효과조사 및 분석 」2003. 1

◦ 농림부, 「양돈산업 발전대책 」2004. 5. 12

◦ 농림부, 「농림축산물 수출확대대책 회의 자료 」, 2002. 3. 6

◦ 한국농어민신문,「닭고기 수출산업 육성을 위한 정책 세미나 」, 2001. 4. 26.

◦ 농림부, 「농산물 수출확대 대책회의 자료 」2001-2004.

◦ 농림부, 농촌진흥청 「일본의 차액관세 해지시 한국 돈육산업의 국제 경쟁력 비교조사연구」, 2000. 10

◦ 한국육류유통수출입협회 식육연구소, 「수출 가능한 열처리 육가공제품 한.일 공동개발 및 품질특성 조사 」2002. 12.

◦ 농수산물유통공사, 「2004년 국제 박람회 참가 종합보고서」, 2004

◦ 한국축산경영학회, 「브랜드육 소비촉진과 홍보전략」, 2000.9

◦ 매일경제신문사, 「브랜드 성공전략」, 1994.11

◦ 한국육류유통수출입협회, 「돈육 수출 재개대책 및 경쟁력제고 방안」, 수출 재개 대비 고품질 돈육생산 기술교재, 2001
◦ 김동훈, 「돈육품질 향상을 위한 돼지관리」, 고품질 돈육생산을 위한 수출 규격돈 생산기술 교재, 한국육류유통수출입협회, 1999
◦ 농림부, 한국육류유통수출입협회, 「한국산 수출돈육 품질 개선 세미나」 1999-2000
◦ 농림부, 한국육류유통수출입협회, 「고품질 위생돈육 생산을 위한 농가기술 교육 교재」, 1998-1999
◦ 농림부, 한국육류유통수출입협회, 「돼지고기 수출작업장 위생 및 품질관리 연수교육 교재」, 2001
◦ 한국육류유통수출입협회, 「품질인증제도 실시를 위한 수출 돈육 도축, 가공 장시설 및 품질관리 실태조사」 2000
◦ 한국육류유통수출입협회, 「돼지고기 비선호 부위를 이용한 수출용 가공제품 개발과 부산물 품질평가」, 2001
◦ Bureau of Animal Industry, Department of Agriculture, Elliptical Road, Quezon City, Phillipines.
◦ Bureau of Agricultural Statistics, Department of Agriculture, Elliptical Road, Quezon City, Phillipines.
◦ National Meat Inspection Commission, Department of Agriculture, Quezon City, Phillipines.
◦ Department of Trade and Industry, Makati City, Phillipines.

(별첨 1)

필리핀 양돈농가 생산성 현황

항 목	목표	연 도				
		'99	'00	'01	'02	'03
분만 산자수(두)	10.0	9.74	9.88	9.77	9.82	9.81
생존 산자수(두)	9.5	8.99	9.21	9.20	9.17	9.23
분만체중(Kg)	1.40	1.46	1.47	1.46	1.48	1.49
이유시 체중(Kg)	8.55	8.21	8.36	8.29	8.23	8.45
이유일령(일)	30	28.29	28.69	28.33	28.71	28.80
육성율(%)	80	75.03	76.19	76.73	74.55	75.86
출하사육일수(일) (이유이후)	155	156.84	157.85	157.56	159.31	158.93
모돈회전율(회)	2.35	2.33	2.31	2.32	2.29	2.30
PWSY(두/년)	20.08	19.12	19.36	19.24	18.89	19.43
PPSY(두/년)	18.00	16.11	15.77	16.36	15.27	15.33
일당증체량(Kg)	0.475	0.475	0.485	0.492	0.498	0.505

필리핀 형태별 돼지 사육두수

(단위: 천두)

연 도	가족사육 (Backyard)	업체사육 (Commercial)	합 계 (Total)
1991	6,620.9	1,458.5	8,079.3
1992	6,717.2	1,304.7	8,021.9
1993	6,663.2	1,290.4	7,953.7
1994	6,766.1	1,460.5	8,226.5
1995	7,181.3	1,760.0	8,941.2
1996	7,239.0	1,787.0	9,026.0
1997	7,788.2	1,964.0	9,752.2
1998	8,030.6	2,180.0	10,210.5
1999	8,179.1	2,217.9	10,397.0
2000	8,327.3	2,385.6	10,712.3
2001	8,541.8	2,521.3	11,063.1
2002	8,935.4	2,717.3	11,652.7
2003P	9,463.0	2,901.4	12,364.3

(별첨 2)

국가별 수출 인증업체 명단

1. 필리핀

□ 도축장

번호	업 체 명	주 소
1	논산 축협	충남 논산시 연무읍 안심리 698-3
2	농협목우촌	전북 김제시 금산면 용산리 9-13
3	부경 양돈	경남 김해시 어방동 6-9
4	부광 산업	경남 양산시 어곡동 어곡산업단지 872
5	사조 산업	충남 천안시 직산읍 판정리 137-9
6	아성 식품	경남 진해시 남문동 902
7	영남 산업	경남 창녕군 대지면 효정리 433-1
8	제주 축공	제주 북제주군 애월읍 어음리 2533
9	하이미트21C	강원 원주시 가현동 438-3

□ 가공장

번호	업 체 명	주 소
1	가 천	경남 양산시 어곡동 어곡산업단지 21BL
2	남제주축협	제주 남제주군 안덕면 서광리 985-9
3	논산 축협	충남 논산시 연무읍 안심리 698-3
4	농협목우촌	전북 김제시 금산면 용산리 9-13
5	대전 충남	충남 천안시 성거읍 송남리 59-1
6	모 든	경남 창녕군 대지면 효정리 432-3
7	부경 양돈	경남 김해시 어방동 6-9
8	사조 산업	충남 천안시 직산읍 판정리 137-9
9	성효부산물	
10	신라 식품	경남 김해시 진영읍 죽곡리 173번지

번호	업 체 명	주 소
11	우강 산업	경남 진해시 남문동 881-12번지
12	유니 푸드	경남 양산시 하북면 순지리 485-1
13	정록육가공	제주 남제주군 대정읍 신평리 1491
14	제주 식품	제주 남제주군 대정읍 일과리 551-14
15	제주 양돈	제주 남제주군 대정읍 일과리 551-13
16	진양 식품	제주 북제주군 한림읍 명월리 783-1
17	탐라 유통	제주 북제주군 애월읍 어음리 2513-2
18	풍국 식품	경남 진해시 남문동 901
19	하이미트21C	강원 원주시 가현동 438-3

2. 러시아

□ 도축장

번호	업 체 명	주 소
1	농협목우촌	전북 김제시 금산면 용산리 9-13
2	대상 농장	충북 음성군 삼성면 청룡리 575-1
3	영남 산업	경남 창녕군 대지면 효정리 433-1
4	한국 냉장	충북 청원군 오창면 성재리 421-3

□ 가공장

번호	업 체 명	주 소
1	농협목우촌	전북 김제시 금산면 용산리 9-13
2	대상 농장	충북 음성군 삼성면 청룡리 575-1
3	모 든	경남 창녕군 대지면 효정리 432-3
4	유 성	경남 창녕군 대지면 효정리 432-9
5	은 혜	경남 창녕군 대지면 효정리 433-1
6	한국 냉장	충북 청원군 오창면 성재리 421-3

3. 몽골

□ 도축장

번호	업 체 명	주 소
1	대양 식품	대전 대덕구 오정동 705-64
2	신흥 산업	대구 북구 검단동 1393-167
3	사조 산업	충남 천안시 직산면 판정리 137-9
4	논산 축협	충남 논산시 연무읍 안심리 698-3
5	삼정 산업	전북 정읍시 하북동 853-1
6	농협목우촌	전북 김제시 금산면 용산리 9-13
7	나주공판장	전남 나주시 운곡동 80
8	우성 식품	전남 함평군 학교면 사거리 산28-12
9	고령 축협	경북 고령군 다산면 송곡리 787
10	동아 LPC	경북 군위군 군위읍 오곡리 341-1
11	롯데햄우유	경북 김천시 응명동 1017
12	아성 식품	경남 진해시 남문동 902
13	부광 산업	경남 양산시 어곡동 어곡산업단지 872
14	영남 산업	경남 창녕군 대지면 효정리 433-1
15	부경 양돈	경남 김해시 어방동 6-9
16	제주 축공	제주 북제주군 애월읍 어음리 2533

□ 가공장

번호	업 체 명	주 소
1	대구 축협	대구시 달서구 대천동 710
2	정성 식품	대구시 달서구 이곡동 1000-30번지
3	연기 축협	충남 연기군 조치원읍 명리 76-2
4	대성육가공	충남 금산군 진산면 두지리 137
5	신평 식품	충남 논산시 연무읍 안심리 698-2
6	사조 산업	충남 천안시 직산읍 판정리 137-9
7	논산 축협	충남 논산시 연무읍 안심리 698-3
8	대전 충남	충남 천안시 성거읍 송남리 59-1
9	삼정 산업	전북 정읍시 하북동 853-1
10	농협목우촌	전북 김제시 금산면 용산리 9-13
11	대상농장(함평)	전남 함평군 학교면 사거리 335-157
12	동아 LPC	경북 군위군 군위읍 오곡리 341-1
13	롯데햄우유	경북 김천시 응명동 1017
14	영한 포크	경남 양산시 하북면 순지리 274번지
15	은 혜	경남 창녕군 대지면 효정리 433-1
16	아성 식품	경남 진해시 남문동 902
17	풍국 식품	경남 진해시 남문동 901
18	우강 산업	경남 진해시 남문동 881-12번지
19	신라 식품	경남 김해시 진영읍 죽곡리 173번지
20	가 천	경남 양산시 어곡동 어곡산업단지 21BL
21	유니 푸드	경남 양산시 하북면 순지리 485-1
22	모 든	경남 창녕군 대지면 효정리 432-3
23	유 성	경남 창녕군 대지면 효정리 432-9
24	대성 산업	경남 창녕군 대지면 효정리 326-1
25	동 창	
26	부경 양돈	경남 김해시 어방동 6-9
27	탐라 유통	제주 북제주군 애월읍 어음리 2513-2
28	제주 양돈	제주 남제주군 대정읍 일과리 551-13
29	진양 식품	제주 북제주군 한림읍 명월리 783-1
30	남제주축협	제주 남제주군 안덕면 서광리 985-9
31	정록육가공	제주 남제주군 대정읍 신평리 1491

3. 일본

□ 도축장

번호	업 체 명	주 소
1	제주 축공	제주 북제주군 애월읍 어음리 2533

□ 가공장

번호	업 체 명	주 소
1	탐라 유통	제주 북제주군 애월읍 어음리 2513-2
2	제주 양돈	제주 남제주군 대정읍 일과리 551-13
3	진양 식품	제주 북제주군 한림읍 명월리 783-1
4	남제주축협	제주 남제주군 안덕면 서광리 985-9
5	정록육가공	제주 남제주군 대정읍 신평리 1491
6	제주 식품	제주 남제주군 대정읍 일과리 551-14
7	제주농축산	제주 북제주군 한림읍 금능리 407-24
8	제주돈누리포크	제주 제주시 오등동 640

(별 첨 2)

소비실태 조사표

안녕하십니까? 한국양돈협동조합연합회에서는 돼지고기의 정확한 소비실태를 파악함으로써 균형있고, 효과적인 국내산 돼지고기의 소비 홍보 방안을 모색하기 위해서 『소비자를 대상으로 돼지고기 소비실태』를 파악하고자 합니다. 본 자료는 우리 양돈농가를 보호하기 위한 연구자료로만 이용되오니 평상시 구매·소비하시는 그대로 응답해 주시면 대단히 고맙겠습니다.

각 설문의 해당번호에 체크(∨)하거나 기재하여 주시기 바랍니다.

1. 설문 응답자의 통계분석 자료 입니다. 사실대로 기재하여 주시기 바랍니다.

령	① 20대 ②30대 ③ 40대 ④ 50대 ⑤ 60대 이상		
성 별	① 남(男) ②여(女)	가족수	명
가장(家長) 직업	① 회사원 ② 자영업 ③ 공무원 ④ 주부 ⑤ 농업 ⑥ 기타( )		
귀댁의 월평균 소득	① 100만원 미만 ③ 200만원 ~ 300만원 미만 ⑤ 400만원 ~ 500만원 미만	② 100만원 ~ 200만원 미만 ④ 300만원 ~ 400만원 미만 ⑥ 500만원 이상	
거주지역	① 수도권(인천광역시 포함) ④ 충청도 ⑤ 전라도	② 광역시 ⑥ 경상도	③ 강원도 ⑦ 제주도

2. 평소에 가장 즐겨 드시는 육류는 무엇입니까? (가정과 외식 모두 기재)

분	즐겨 드시는 육류 종류				즐겨 드시는 이유
	쇠고기	돼지고기	닭고기	기타	
① 가정에서					①다른 고기보다 맛이 있어서 ②값이 싸서 ③조리하기 간편해서 ④식습관 때문에 ⑤품질의 안정성 때문에 ⑥기 타
② 외식할 경우 (업무상 외식 포함)					①다른 고기보다 맛이 있어서 ②값이 싸서 ③조리하기 간편해서 ④식습관 때문에 ⑤품질의 안정성 때문에 ⑥ 기 타

3. 다음에 예시하는 육류 중 선호하는 순서를 기재하여 주시기 바랍니다.

1순위 : 2순위 : 3순위 : 4순위 :

: ① 국내산 쇠고기 ② 국내산 돼지고기 ③ 수입 쇠고기 ④ 수입 돼지고기

4. 귀하는 평소 돼지고기 구입을 꺼리는 이유가 있다면 무엇입니까?

① 돼지고기 특유의 냄새 때문에 ② 다른 고기에 비해 지방(비계)이 많아서

③ 영양가가 적을 것 같아서 ④ 잘 먹어야 본전이라는 속설 때문에 ⑤ 기타

5. 1주일을 기준으로 돼지고기를 구입하는 회수와 1회당 구입량은 얼마입니까?

구입회수	① 1회 이내 ② 2회 ③ 3회 ④ 4회 ⑤ 5회 이상
1회 구입량	① 200g 이하 ② 300g(반근) 이하 ③ 500g 이하 ④ 600g(1근)이하 ⑤ 1kg 이하 ⑥ 1kg 이상

6. 귀 가정에서 최근 1개월간에 걸쳐서 돼지고기의 구입량과 구입하신 돼지고기로 조리한 요리는 무엇입니까 ?

(최근 1개월간 구입횟수와 관계없이 부위별 구입량 및 요리이름을 선택합니다)

부 위	최근 1개월간 구입량	구입하신 돼지고기로 조리한 요리
삼겹살	①1근(600g) 미만 ②2근 미만 ③3근 미만 ④4근 미만 ⑤4근 이상	①구이 ②찜 ③불고기 ④돈가스 ⑤김치찌개 ⑥보쌈 ⑦기타
목 살	①1근(600g) 미만 ②2근 미만 ③3근 미만 ④4근 미만 ⑤4근 이상	①구이 ②찜 ③불고기 ④돈가스 ⑤김치찌개 ⑥보쌈 ⑦기타
갈 비	①1근(600g) 미만 ②2근 미만 ③3근 미만 ④4근 미만 ⑤4근 이상	①구이 ②찜 ③불고기 ④돈가스 ⑤김치찌개 ⑥보쌈 ⑦기타
앞다리	①1근(600g) 미만 ②2근 미만 ③3근 미만 ④4근 미만 ⑤4근 이상	①구이 ②찜 ③불고기 ④돈가스 ⑤김치찌개 ⑥보쌈 ⑦기타
뒷다리	①1근(600g) 미만 ②2근 미만 ③3근 미만 ④4근 미만 ⑤4근 이상	①구이 ②찜 ③불고기 ④돈가스 ⑤김치찌개 ⑥보쌈 ⑦기타
등 심/ 안 심	①1근(600g) 미만 ②2근 미만 ③3근 미만 ④4근 미만 ⑤4근 이상	①구이 ②찜 ③불고기 ④돈가스 ⑤김치찌개 ⑥보쌈 ⑦기타
양념육	①1근(600g) 미만 ②2근 미만 ③3근 미만 ④4근 미만 ⑤4근 이상	①구이 ②불고기 ③ 기타
부 위 모 름	①1근(600g) 미만 ②2근 미만 ③3근 미만 ④4근 미만 ⑤4근 이상	①구이 ②찜 ③불고기 ④돈가스 ⑤김치찌개 ⑥보쌈 ⑦기타

7. 돼지고기 요리 중에서 가족별로 평소에 가장 즐겨 드시는 요리는?
(가족별로 가장 좋아하는 요리를 한가지씩만 O표 해 주십시오)

부위 / 가족	삼겹살 구 이	목살 구이	갈비구이 또는 찜	보쌈	불고기	돼지고기 김치찌개	돈가스	기타
남 편								
주 부								
자녀1								
자녀2								
자녀3								

8. 귀하는 평소 외식시 가장 즐겨 드시는 돼지고기 요리는 어느 것입니까?
(각각 한가지씩만 선택)

구 분	가족과 외식할 경우	업무상 외식할 경우
돼지갈비		
돼지불고기		
삼겹살구이		
목살구이		
돈 가 스		
보 쌈		
기 타		

9. 부위 중에서 삼겹살과 목살 이외에 다른 부위를 구입하신 경험이 있는 경우 구입하신 이유는 무엇입니까?
① 지방(비계)이 없거나 적어서 ② 값이 싸서 ③ 맛이 좋아서
④ 가족이 즐겨먹는 요리재료로 적합해서 ⑤ TV광고의 영향을 받아서 ⑥ 기타

10. 돼지고기 부위 중에서 삼겹살과 목살 이외에 다른 부위를 구입하신 경험이 없는 경우 구입을 꺼리는 이유는 무엇입니까?
① 요리방법을 몰라서 ② 요리가 번거로워서 ③ 맛이 없어서
④ 판매하는 곳이 없어서 ⑤ 가족 중에 좋아하는 사람이 없어서
⑥ 부위별 구분 기준을 잘 몰라서 ⑦기타

11. 평소에 돼지고기를 주로 구입하는 장소는 어디입니까?

① 대형할인점 ② 백화점 식품코너 ③ 정육점
④ 농축협매장(하나로 마트 포함). ⑤수퍼마켙 ⑥기 타

12. 상기“문항 11”에서 선택한 장소에서 구입하는 이유는 무엇입니까? (2가지 선택)

① 가격이 싸서 ② 신선도가 유지되어서 ③ 품질을 믿을 수 있어서
④ 부위별 선택이 쉬워서 ⑤ 구입처의 고기질이 좋아서 ⑥ 거리가 가까워서
⑦ 한꺼번에 장을 볼 수 있어서 ⑧ 쇼핑이 편리해서 ⑨ 기 타

13. 귀하께서 돼지고기를 구입할 때 가장 중요하게 생각하는 것은? (2가지 선택)

① 고기의 가격 ② 고기의 맛 ③ 영양가 ④ 요리할 음식의 종류
⑤ 항생제나 방부제의 처리 여부 ⑥ 요리의 난이도 ⑦ 기타( )

14. 돼지고기를 구매하실 때 브랜드육을 어느 정도 선호하십니까?

① 아주 선호한다 ② 비교적 선호하는 편이다 ③ 브랜드여부를 상관하지 않는다

15. 돼지고기(포크) 브랜드 제품 중 가장 선호하는 브랜드는 무엇입니까?

①길포크 ②도드람포크 ③목우촌 ④생생포크 ⑤제주포크
⑥크린포크 ⑦포크밸리 ⑧하이포크 ⑨기 타( )

16. 돼지고기 품질이 좋고 신선하며, 안전하다고 인정된다면 현재의 구입가격보다 얼마나 비싸도 돼지고기를 구입하시겠습니까?

① 10% ② 20% ③ 30% ④ 40% ⑤ 50% ⑥ 가격에 구애받지 않음.

17. 귀하가 돼지고기에 대한 정보 중 가장 원하는 정보는 무엇입니까?

① 돼지고기 가격 ② 부위별 요리방법 ③ 돼지고기의 안정성과 위생수준
④ 생산농가 및 육가공업체 대한 정보 ⑤ 기타( )

18. 귀하께서는 돼지고기에 대한 정보를 얻는데 가장 쉬운 매개체는?

① 일간신문 ② TV ③ 라디오 ④ 동네 정육점 및 대형 구입업체 전단지
⑤ 사회 교양교육 ⑥ 기타

19. 귀하는 돼지고기 홍보에 대하여 TV를 시청하거나 라디오를 청취한 경험은?

① 있다 ② 없다

<“있다”에 답하신 분만 작성합니다>

가) 보고 들은 느낌은 어떻습니까?

① 돼지고기를 먹고 싶었다 ② 돼지고기를 먹고 싶지 않았다 ③ 그저 그렇다

나) 시청한 TV 내용 중 개선해야 할 점은 무엇이라 생각하십니까?

① 방영 시간대 ② TV 전달 내용 ③ 출연진 ④ 기타

귀하의 설문 결과는 소비자와 생산자 모두를 위한 소중한 자료로 활용하도록 하겠습니다.

끝까지 설문에 응해 주셔서 대단히 감사합니다.

(별첨 3)

해외 돼지고기 수출시장 조사표

1. The situations of Farm Population and households in philippine

Items	1990	1995	1997	2000	2001	2002	2003
Total Population (Thousand person) Farm Population (〃)							
Farm Households (Thousand households)							
GNP (one hundred Millon $)							
Per capita GNP ($)							

2. The situations of swine industry & pork supply-demand

1) The production, import & export

(Unit : M/T)

items		1990	1995	1997	2000	2001	2002	2003
Domestic productions	Beef							
	Pork							
	Chicken							
Import	Beef							
	Pork							
	Chicken							
Export	Beef							
	Pork							
	Chicken							

2) A consumption of meat

(unit : M/T, or kg/person)

Items	1995		1997		2000		2001		2002		2003	
	Total	person	Total	person	Total	person	Total	person	Total	person	Total	person
Beef												
Pork												
Chicken												
Egg												
Milk												

3) The supply and demand of pork.

(unit: M/T)

year	production	Import			Export	Consumption	Stocks
		chilled	Frozen	Total			
1990							
1995							
1997							
2000							
2001							
2002							
2003							

※ Export, Import, consumption and stocks mustl be written to on boneless basis.

4) The situations of livestock farm households and livestock numbers

(unit: thousand heads / households)

Items		1990	1995	1997	2000	2001	2002	2003	2004 (presant)
Pig	Heads								
	Households								
Cattle	Heads								
	Households								
Dairy Cattle	Heads								
	Households								
Chicken	Heads								
	Households								

3. The price and marketing flow of pork

1) A production of processed meat products

(Unit: M/T)

Items	1990	1995	1997	2000	2001	2002	2003
Ham							
Bacon							
Sausage							
Others							
Total							

2) The price trends of pork

A) The price trends of live, carcass and boneless by year

(unit: $/kg)

Items		1990	1995	1997	2000	2001	2002	2003
Live hog								
Carcass								
Boneless(average)								
Cut meats	Tender loin							
	Loin							
	Fresh Ham							
	Shoulder							
	Belly							
	Spare ribs							
Edible Fat								
Edible skin								
Liver								

B) The price trends of live, carcass and boneless by month, 2004

(unit: $/kg)

Items		1	2	3	4	5	6	7	8	9
Live hog										
Carcass										
Boneless(average)										
Cut meats	Tender loin									
	Loin									
	Fresh Ham									
	Shoulder									
	Belly									
	Spare ribs									
Edible Fat										
Edible skin										
Liver										

C) The price trends of live, carcass and boneless by month

(unit: $/kg)

Items		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Live hog	2001												
	2002												
	2003												
	2004												
Carcass	2001												
	2002												
	2003												
	2004												
Boneless	2001												
	2002												
	2003												
	2004												

D) The price of a domestic pork and an import pork

(unit: $/Kg)

Items		Wholesale price		Retail Price	
		Domestic	Import	Domestic	Import
Cut-meats	Tender loin				
	Loin				
	Shoulder Loin				
	Picnic, Shoulder				
	Ham				
	Belly				
	Spare Ribs				
By-productions	Edible Fat				
	Edible skin				
	Liver				

※ Data is base on 2004. 6(or 9-10).

4. The export & import trends of pork

1) A export & import trends of pork

A) The Import quantities of pork

(unit ; M/T)

Nations	1990	1995	1997	2000	2001	2002	2003	2004.1-6
Korea								
U.S.A								
Australia								
Japan								
Holland								
France								
Germany								
Belgium								

B) The Import quantities of pork by month, 2004. 1-10

(unit ; M/T)

Nations	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total
Korea											
U.S.A											
Australia											
Japan											
Holland											
France											
Germany											
Belgium											

D) Tne Export of pork

(unit ; M/T)

Nations	1990	1995	1997	2000	2001	2002	2003	2004. 1-6

2) The import quantities by nationals and by cut-meats

(unit : M/T)

Items	Total	nationals							
		Korea	USA	Australia	Japan	Holland	France	Germany	Belgium
Tender loin									
Loin									
Shoulder Loin									
Picnic, Shoulder									
Ham									
Belly									
Spare Ribs									
Edible Fat									
Edible skin									
Liver									

※ The data is import quantities from 2004. 1 to 2004. 6.

2) The import price by nationals

(unit : $/Kg)

Items	Total	nationals							
		Korea	USA	Australia	Japan	Holland	France	Germany	Belgium
Tender loin									
Loin									
Shoulder Loin									
Picnic, Shoulder									
Ham									
Belly									
Spare Ribs									
Edible Fat									
Edible skin									
Liver									

※ The data is base on 2004. 6 (or 9)

4) A size and capacity of slaughter and processing plants

ranking No.	company name	Capacity of slaughter per day(head/day)	ratio of import vs total products(%)
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			

5) A main import company

ranking No.	company name	Capacity of import	import nations
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			

5. The general articles about a import of pork

1) The tariff of meat

(Unit : %)

ITEMS	PORK			CHICKEN	BEEF
	MEAT	BY-PRODUCTS	PROCESSING		
CHILLED					
RROZEN					

※ BY-PRODUCTS means edible fat, skin, intestines and so on.

2) The Slaughter, Carcass weight of pig

main swine breed		Product Cost($/Kg)	
breeding periods(days) (from birth to slaughter)		Profit(or income) Per Kg	
Slaughter weight(Kg)		sale price of pig farmer($/Kg)	

3) The main import harbor in philippine ?

4) The Cutting methods of pork?

5) The import company of pork import from korea?

6) The main pork cooking and food in philippine?

7) The Promotion Event of pork export countries in philippine?

A) countries :

B) The methods of promotion event :